# استثمار المنشآت الرياضية
# في الوطن العربي


**إعداد وتقديم**

**أ.د/ مؤمن عبد العزيز عبد الحميد**

**أستاذ الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة أسيوط**

**د/ عبده محمود عبد الحليم**

**دكتوراة فى الادارة الرياضيةكلية التربية الرياضية –جامعة اسيوط**

**دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع**

٧٩٦.٠٧ عبد الحليم ، عبده محمود .

ع . ٤ آستثمار المنشأت الرياضية في الوطن العربي / عبده محمود عبد الحليم .- ط١.- دسوق : دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.

٢٨٠ ص ؛ ١٧.٥ × ٢٤.٥سم .

تدمك : ٤ - ٤٣٩ – ٣٠٨ – ٩٧٧ – ٩٧٨

١ أ - العنوان .. التربية البدنية . ٢. الإدارة- المنشآت .

رقم الإيداع : ١٤٢٦٠ - ٢٠١٥.

الناشر : دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع

دسوق - شارع الشركات- ميدان المحطة

E-mail: elelm_aleman@yahoo.com

elelm_aleman@hotmail.com

# قــائمــة المحتــويـــات

## التقديم

أدت التغيرات العديدة التي طرأت على الهيئات الرياضية بصورتها الحالية والصورة التي كانت عليها في الماضي إلى تغيير في توجهات واستراتيجيات هذه المؤسسات بل وفى مفهومها أيضاً وكل هذا بسبب التغيرات الإدارية الحديثة والكثيرة التي حدثت في العالم والتطورات العلمية والفكرية التي حدثت في القرن الماضي، ومما لا شك فيه أن المؤسسات الرياضية في المستقبل سوف تختلف كثيراً عن الهيئات الرياضية في الوقت الحالي كما اختلفت هذه عن تلك التي تعمل في الماضي، وفى حقيقة الأمر فإنه لا يمكن التنبؤ بدقة بشكل الهيئات الرياضية مستقبلاً، ولكن كل ما يمكن تأكيده هو أنها سوف تختلف كثيراً، وهو الأمر الذي يتركنا في تحد كبير كذلك أشار العديد من الكتاب والعلماء إلى هذه التغيرات، وهذا الأمر يعنى أنه لابد على الهيئات الرياضية من أن تغير من نفسها حتى يمكنها أن تعمل فى ظل هذه التغيرات المتوقعة والتي لا يمكن التنبؤ بها، والتي تفرض أنماطاً إدارية معينة قد تفشل الهيئات الرياضية في تطبيقها إذا ما لم تبدأ من الآن في تطبيقها.

وهذا ما دفعنا إلى إعداد هذا الكتاب لإلقاء الضوء على الهيئات الرياضية وحتى يكون مرجع لكل العاملين بالمجال الرياضي بصفة عامة والباحثين والعاملين الهيئات الرياضية بصفة خاصة.

المؤلفان.......

# الفصل الأول

## المقدمة

أصبحت الإدارة الحديثة جانباً أساسياً من جوانب النظام الإنتاجي فى أي مجتمع وفى جميع مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والصحية والرياضية، وذلك لأنها تهدف إلى تنظيم العمل وتحقيق روح الفريق، وهي ضرورة حتمية لإدارة العمل بشكله الجماعي والتعاون والتنسيق بين مختلف وظائف العمل بشكل عام، وهي العمود الفقري لنجاح الهيئات الرياضية المختلفة بشكل خاص. (١٣: ١٨)

ويجتاز العالم اليوم مرحلة انتقالية بالغة الأهمية مع بداية القرن الحادي والعشرين وسط تحولات دولية وسياسية واقتصادية انعكست على نواحي الحياة في المجتمعات المختلفة، تمثلت فى ظهور النظام العالمي الجديد، واقتصاد السوق وظهور التكتلات الاقتصادية العملاقة الأمر الذى دعا الحكومات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية إلى وضع أسس وتوجهات جديدة لمواكبة ومواجهة التحديات المتوقعة والمرتقبة،

مما لا شك فيه أن هذه التحولات ستلقي بظلالها على بنية النظام العالمي، وأنماط التفاعلات السائدة فيه، والنتائج والتداعيات المترتبة عليه. (٣٣ :١٠٧).

ومن هذا المنطلق أصبحت الرياضة في تمويل مختلف الألعاب وذلك لكونها تعد وسيلة دعاية وإشهار وانتشار وتعد سوقاً رابحا في مجال الإنتاج والتسويق الرياضي للمنتج والخدمات الرياضية. (١٧: ١٧)

وقد راعت المجتمعات المتقدمة رياضياً تهيئة مناخ للاستثمار حتى تساهم في جعله عملاً جدياً من وجهه نظر المستثمرين، وتشجيعهم على دخول المجال الرياضي لكي يفيدوا ويستفيدوا بشكل إيجابي من الطرفين، فالاستثمار يعتبر الأداة الرئيسية لخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية من أجل تحقيق أهدافها وزيادة الإنتاج وإشباع رغبات وحاجات الأفراد وزيادة قدرة الاقتصاد القومي لمواجهة التحديات وكذلك إيجاد فرص عمل جديدة تساهم فى رفع مستوي المعيشة (٢٦: ٣٦).

وقد يؤدي عدم وضع إستراتيجية واضحة للاستثمار الرياضي إلي حرمان المنشآت الرياضية الحكومية والأهلية من العائد المالي الناتج من عملية الاستثمار والذى يستخدم بدوره في الإنفاق على تجهيز وإعداد الملاعب وتطويرها وتحسين الأدوات وإنشاء أماكن رياضية ترقي لمستوي البطولة والتى تساعد فى إزدهار الرياضة المصرية (٩: ٤).

ويري أحمد عرفه، سمية شلبي (٢٠٠٦) ضرورة إطلاق حرية اتخاذ القرارات لإدارة الاستثمار والتسويق بالمنشآت الرياضية في مختلف الأنشطة التسويقة لكي تساعد العمليات الابتكارية على حل المشكلات التسويقية حتى تحقق هدفها وهو

رضا المستهلك الذي بدوره سوف يشجع مستهلكين أكثر للتعامل مع المنشأة وتحقيق ربحيه ونمو وبقاء على المدى الطويل(٣: ١٥) .

ومن خلال الخبره وعملي مديرا للصالة المغطاه بمديريه الشباب والرياضة بمحافظة قنا، وإطلاعه على بعض المراجع والدوريات

واللوائح المنظمة لعمل المنشآت الرياضية، أشارت بعض الدراسات مثل دراسة (١)، (٢)، (٣)، (٤)، (٥)، (٦)، (٧)، (١١)، (١٢)، (١٧)، (٢٠)، (٢٣)،على أهمية الاستثمار في المجال الرياضي لتطوير المنشآت وتحقيق أرباح تخفف العبء المالي عن الدولة وتواكب سعيها وتأكيدها على أهمية تطوير الرياضة المصرية ، وعمل تغيير جذري في صناعة الرياضة، وتحويلها من نشاط مستهلك إلى نشاط اقتصادي عن طريق الأخذ بالأساليب العلمية الحديثة في الإدارة والتسويق والتمويل والاستثمار.

وقد أصبحت اتجاهات الدولة في الآونة الأخيرة مرتكزة على توسيع قاعدة الاستثمار الرياضي من خلال المنشآت الرياضية وزيادة العائد المادي والاقتصادي لها عن طريق إنشاء وتطوير واستثمار المنشآت الرياضية بمحافظات جمهورية مصر العربية وهى (الاستادات – الصالات – حمامات السباحة – الملاعب المفتوحة – فنادق الرياضيين – صالات اللياقة البدنية – وحدات الطب الرياضى وغيرها من المنشآت)، وقد زاد اهتمام الدولة بالاستثمار وخاصه بمحافظات جنوب الصعيد وذلك لما تمثله من مناطق سياحية تكون مصدر جذب وإنتباه للكثير من الجنسيات

المختلفة في العالم، حيث أن لديها من الحضارة والتاريخ ما يؤهلها لذلك، حيث أنها تمتلك أكثر من ثلث أثار العالم وتتوفر لديها عوامل الجذب السياحي مما يشجع على جذب رؤوس الأموال والإستثمار في المناطق السياحية والرياضية بالصعيد.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية المبدئية والغير مقننة التى أجريتها على بعض مديري المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد وهى (سوهاج، قنا، الأقصر، أسوان) تبين

أنه يوجد قصور فى اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالمنشآت الرياضية خاصة القرار (١٢٧) لسنة ٢٠٠٧م المنظم لعمل المنشآت الرياضية وملحقاتها، وكذلك القرار رقم (٨٥) لسنة ٢٠٠٨م الخاص بلائحة النظام الأساسي للأندية الرياضية، الأمر الذى أدى إلى مواجهة المنشآت الرياضية لكثير من المعوقات التى تحول دون استثمارها بالطريقة المثلى

وكذلك عدم وجود إدارة للاستثمار تكون قادرة على جذب المستثمرين والتخطيط الجيد لاستثمار وتسويق هذه المنشآت، وتتوفر لديها الصلاحيات لابرام العقود والاتفاقيات التى تساعد فى تعظيم الإيرادات للصرف منها على صيانة وتطوير هذه المنشآت، واستغلال فائض مواردها في مشروعات رياضيه وخدميه ناجحة .

ومن هذا المنطلق نقترح "وضع إستراتيجية مقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد" وذلك للتعرف علي واقع خطط الاستثمار بالمنشأت الرياضية بوزارتي الرياضة والشباب والتعرف علي أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية والتعرف علي الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية

والتعرف علي اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة وكذلك الإستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت

الرياضية والشبابية وذلك حتي تستطيع هذه المنشأت مواكبة التطور الحادث في الرياضة ، والقدرة علي استضافة البطولات الرياضية وتحقيق الغرض التي أنشأت من أجله .

أهمية الموضوع والحاجة إليه:

تكمن أهمية الموضوع فى النقاط التالية:

١- يساعد هذا الموضوع وزارتي الرياضة والشباب في عملية إعادة توازن فى توزيع المنشآت الرياضية على مستوي الجمهورية ووضع المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد ضمن الخطة الاستثمارية لوزارتي الرياضة والشباب طبقا لتوجهات الدولة نحو زيادة الاستثمار فى الصعيد واستكمال المنشآت الرياضية.

٢- نساهم فى معالجة نواحي القصور والضعف الموجود فى اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالمنشآت الرياضية والعمل على تعديلها وفقاً لتوجهات الدولة نحو إطلاق حرية الاستثمار واعتماد المنشآت الرياضية على التمويل الذاتي.

٣- تكمن أهمية الموضوع فى ضرورة إنشاء إدارة للاستثمار بالمديريات للاستفادة منها فى تخفيف العبء المالي عن الدولة وتعظيم إيرادات هذه المنشآت.

٤- وضع استراتيجية للاستثمار والتسويق على المدي البعيد وفقاً لمتطلبات العصر للمساعدة فى الارتقاء بمستقبل المنشآت الرياضية وقدرتها على استضافه البطولات الرياضيه.

الأهداف:

نهدف إلى وضع استراتيجية مقترحه لاستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد( سوهاج – قنا – الأقصر – أسوان)، من خلال التعرف على:

واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب.

أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

الاسس العلميه لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

التساؤلات :

ما واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب ؟

ما أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد؟

ما الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد؟

ما اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد؟

ما الاستراتيجية المقترحه لاستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد؟

المصطلحات الواردة :

الإستراتيجية Strategy :

هي العمل المخطط القائم على الدراسة من أجل الكشف عن أفضل السبل لاستخدام الموارد والإمكانات المتاحة، والتغلب على الصعوبات والمعوقات المحيطة وذلك لتأمين الوصول إلى الهدف المحدد (٤٧:١٠) .

الاستثمار Investment :

هو احد الوسائل الأساسية لتنفيذ برنامج التنميه وهو عمل هدفه زيادة رأس مال الفرد أو الهيئة أو زيادة موارده عن طريق تشغيل ماله أو استغلاله بهدف زيادته ووظيفته تشغيل الاصول (١٧: ١٨).

الاستثمار الرياضي Sport Investment:

وهو الاستفادة من كافة الإمكانات المادية والبشرية فى زيادة العائد الاقتصادي للهيئة الرياضية من خلال الانشطه الرياضيه المختلفه (٦: ٩).

المنشآت الرياضية: Physical Institutions

هي كل مكان مجهز باحدث الوسائل الرياضيه وتحتوى على مبنى أو أكثر ويضم تجهيزات ومعدات رياضيه متكاملة من اجل تحقيق طموحات واهداف الشباب وتنمية مواهبهم وقدراتهم بطريقه ايجابيه بناءه. (٣٥: ٢)

مديرية الشباب والرياضة: Youth and Sports Governorate

هي مؤسسة حكومية تتولى مباشرة الأختصاصات المقررة من وزارتي الرياضة والشباب وذلك لتنظيم العمل بالهيئات الرياضية وإدراتها باسلوب علمي والرقابة عليها.(١٠: ١٠)

## الفصل الثاني

## الإستراتيجية

- مفهوم الإستراتيجية:

يعد مفهوم الإستراتيجية من المفاهيم الحديثة في مجال البحوث الإدارية وقد استخدم لفظ الإستراتيجية منذ عدة قرون في العمليات الحربية، وكان يقصد به علم وفن إدارة الحرب أو الخطة الموضوعة لإجراء هدف معين، ولم تعد الإستراتيجية قاصرة علي العسكريين بل أصبح فنا وعلما يزاوله ويمارسه الجميع وهو إستخدام القوة للوصول إلي أهداف سياسية، وقد استخدم مفهوم الإستراتيجية في مختلف مجالات الأعمال في العقود الأخيرة.

وقد اشتق مصطلح الإستراتيجية من الكلمة اليونانية Straetegos وتعني فن القيادة وأصبح مفهوم الإستراتيجية هو العمل القائم علي البحث والدراسة من أجل الكشف عن أفضل السبل لاستخدام الموارد المتاحة والإمكانات، وذلك للتغلب علي الصعوبات والمعوقات المحيطة وذلك لتأمين الوصول إلي الهدف المحدد لأي منظمة أو مؤسسة في المستقبل (٣٢: ١٨).

- تعريف الإستراتيجية:

يري "مسعد عويس" (٢٠٠٠) أن الإستراتيجية هي مجموعة من الأفكار والمبادئ التي تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة ومتكاملة تكون ذات دلالة علي وسائل العمل

ومتطلبات وإتجاهات مساراته بقصد إحداث تغيرات في هذا الميدان إلي أهداف محددة.(٥٧: ٣٣).

كما يري "رمضان محمود عبد السلام" (٢٠٠٥) بأن الإستراتيجية هي الأعمال التي سيتم اتخاذها لتحقيق الأهداف الإستراتيجية في ضوء التكيف مع المتغيرات البيئية المحيطة بالمنطقة ( ٢٤: ٨).

وتعرف "إيمان محمد أحمد" (٢٠٠٦ ) الإستراتيجية بأنها " فن استخدام الموارد والإمكانات المتاحة أفضل استخدام لتوفير الوقت والجهد والمال لتحقيق الأهداف الموضوعة، وضرورة توفير البدائل المناسبة لتلك الأهداف ومن ثم متابعتها حتي الانتهاء منها."(٩: ١٧)

ويري أحمد فتحي الأفندي ( ٢٠٠٩ ) أن الإستراتيجية تصف طريق تحقيق المنظمة لأهدافها من خلال المنافسة في ميدان العمل. ( ٥: ٢٣ )

كما يري يحيي مبارك (٢٠١٠م) أن الإستراتيجية وصف لملامح المنظمة الأساسية وطريق تفاعلها مع البيئة الخارجية بأبعادها ومستوياتها المتعددة وأنها تشمل الخطط المستقبلية والتي تهدف إلي إحداث تغيير إيجابي شامل من مختلف الإتجاهات بالمنظمة (٦٤: ١١).

ويعرف الكاتب الإستراتيجية بأنها "الرؤية المستقبلية لما ستكون عليه المؤسسة الرياضية من خلال إعداد خطة محكمة تتطلب استخدام أفضل الطرق والوسائل لاستغلال إمكانات ومرافق

المنشآت الرياضية لتحقيق الأهداف المطلوبة لزيادة موارد المؤسسات الرياضية".

- التخطيط الإستراتيجي:

منذ أول السبعينات شاع تطبيق مدخل التخطيط الإستراتيجي strategic planning كظاهرة إدارية حديثة وساعد علي ذلك التوسع في أستخدام أنظمة الحاسب الآلي من أغراض التخطيط الإستراتيجي كنمط من التفكير التحليلي ومدخل لتخصيص واستخدام الموارد المتاحة لتحقيق الأهداف الأساسية للمشروع.

ويعنى التخطيط الإستراتيجي تخصيص موارد محددة لاحتياجات ومطالب تنافسية وهو في ذلك يعني بوضوح أولويات هذا التخصيص والتركيز علي أفضل الفرص،

ويعد هذا النوع من التخطيط هدفا لزيادة مرونة المشروع وقدرته علي التوافق مع التغيير وعلي إبراز الخيارات الجديدة الفعالة لتحقيق هذا التوافق حيث يمتد هذا التغيير في البيئة المستقبلية والتغيير في أنشطة المشروع وفي أسلوب قيادته وتوجيه.

وترى عايدة خطاب (٢٠٠٤) أن مجال التخطيط الإستراتيجي يشمل العناصر التالية:

تشخيص وتحليل العوامل البيئية والخاصة بالمنظمة وتحديد الفرص والقيود التي تواجه المنظمة.

تشخيص وتحليل البيئة الداخلية للمنظمة وتحديد نقاط القوة والضعف الخاصة بها.

وضع فلسفة ورؤية ورسالة المنظمة أو المؤسسة.

تحديد الأهداف التي تسعي إلي تحقيها في الفترة المقبلة.

وضع البدائل الإستراتيجية واختيار البديل الذي يساعد على تحقيق الأهداف.

وضع الخطة الإستراتيجية العامة والخطط الإستراتيجية الخاصة بالوحدة الإنتاجية والمجالات الوظيفية المختلفة (٣٧:٣٦).

ويري عبد الحميد المغربي(١٩٩٩) أن التخطيط الإستراتيجي يعني بتوقع حال المستقبل والاستعداد لمواجهة متغيرات هذا المستبقل، حيث أن كلمة المستقبل نسبية الأثر علي فهم وإدراك المديرين ولكن الذي لا أختلاف عليه أن ما دام التخطيط إستراتيجيا فنجد أن أهتمام المديرين يصبح متزايدا وتعد الفترة الزمنية للتخطيط أكبر وتتسم الموارد والإمكانيات المطلوبة بكبر الحجم وهكذا. (٣٩:١٧)

- عوامل التخطيط الإستراتيجي

يبنى التخطيط الإستراتيجي عادة علي عدة إفتراضات جوهرية لابد من فحصها وتحليلها والتأكد منها ومن بين هذه الإفتراضات:

إعادة تنظيم المستوي الذي ستكون عليه المنظمة.

تحليل البيئة التنافسية التي ستواجهها المنظمة بعد إعادة تنظيمها.

النظرة الشاملة للعوامل الاقتصادية خلال فترة من ( ٣: ٥ ) سنوات قادمة.

تدعيم الإتجاه التسويقي للمنظمة.

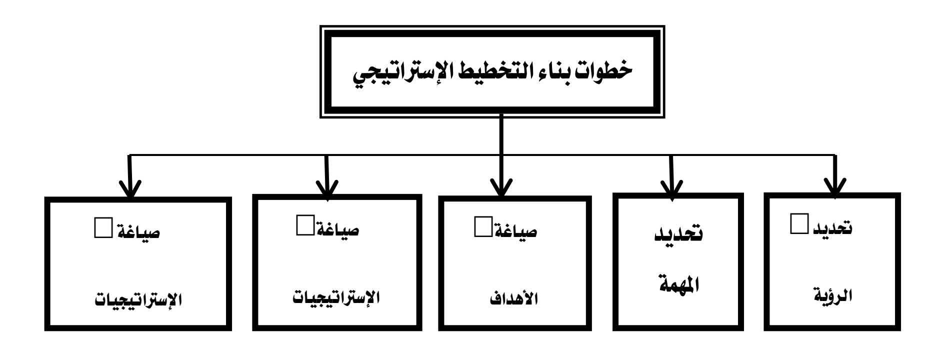
تحديد معدلات الأرباح المأمول تحقيقها.

مراجعة إحتياجات ومتطلبات المتعاملين مع ما تقدمه المنظمة أولا بأول.

مراجعة مهام وأعمال المنظمة طبقا لأبعاد الجودة الشاملة.

أهمية استخدام التكنولوجيا في تقديم صناعة المنظمة (٥٢: ١٤).

طلعت أسعد عبد الحميد (٢٠٠٤) أن التخطيط الإستراتيجي في المنشأة يمر بمجموعة من الخطوات والمراحل وهي:-




شكل (١) خطوات بناء التخطيط الإستراتيجي

- تحديد الرؤية المستقبلية:

وهي الصور الذهنية التي ترغب أن تكون المنشأة عليها مستقبلاً في عقول العملاء والمتعاملين.

- تحديد المهمة:

وهي تحديد كيف ستقوم المنشأة أو المؤسسة الرياضية بالعمل المستقبلي لتحقيق الرؤية بالتحديد وبشكل واضح، وما هي الوسائل التي يمكن أن تستخدمها المؤسسة في توليد القيم لكسب الأعمال والاحتفاظ بالسوق، وكذلك المهمة يجب أن تكون واسعة جدا أو ضيقة للغاية فمثلاً لا يمكن أن نقول أن جهتنا هي كسب الجمهور حيث أنه بدون مهمة واضحة فإن التخطيط لا يسلك مسار يعتمد عليه.

- صياغة الأهداف والغايات:

ويعتبر الهدف واضح ومحددة وبصوره مكتوبة حيث أنه كلما زاد طموح الأهداف ومسايرتها للعصر كلما تركت أثار إيجابية علي نشاط المنشأة.

- صياغة الإستراتيجيات العامة:

حيث أن الإستراتيجية هي بيان تجميعي طويل الأجل يحدد إمكانيات الإستفادة من موارد المنشأة المادية والبشرية في تحقيق الأهداف في ظل مجموعة من العوامل البيئية المؤثرة.

- صياغة الإستراتيجيات التفصيلية:

وهي التسويق، الإنتاج، الأفراد، والتمويل والتي يمكن أن تقوم بأستخدام الموارد بصور مثلي لتحقيق مهمة المنشأة وأهدافها (٣٦:٣٠).

ويري كمال الدين عبد الرحمن درويش، ومحمد صبحي حسانين (٢٠٠٤م) أن عوامل التخطيط الإستراتيجي هي:

تحديد الفرص أو الهدف من التسويق.

التحليل التاريخي لأداء السوق.

دراسة البيئة.

تحديد نقاط القوة والضعف.

تحديد الأغراض الفرعية.

اختيار الإستراتيجية.

اختيار وسائل الإعلام.

تطوير العنصر ( المكون) المختار.

التطوير والمراجعة والأعمال الإدارية.

اقتراح خطط العمليات.

تحليل الأداء المالي (٥٠: ٣٢).

## الإستثمار

- ماهية الاستثمار:

الإستثمار فى اللغة العربية مشتق من الثمر، والثمر هو المال، الولد، الذهب والفضة والمال المثمر، وثمر ماله أى نماه، ثمّر الله مالك أى كثره، حيث أن العقل المثمر هو عقل المسلم والعقل العقيم هو عقل الكافر، وإستثمار مصدر للفعل إستثمر الدال على الطلب أى أن الإستثمار هو إستخدام المال أو تشغيله بقصد تحقيق هذا الإستخدام فيكثر المال وينمو على مر الزمن. (٣٧: ٨٧)

- مفهوم وتعريف الإستثمار:

يعرف "أحمد حمدي السمان" (١٩٩٩) الإستثمار بأنه "عمل هدفه زيادة رأس المال للفرد أو زيادة موارده عن طريق تشغيل ماله أو استغلاله بهدف زيادته "أى أن وظيفة الإستثمار هى تشغيل الأصول بهدف زيادتها، فالإستثمار من وجهة نظر الفرد يتمثل فى تحويل النقود إلى أصل يعطى عائداً سواء كان هذا الأصل من إنتاج فترات سابقة أو أصلاً جديداً. ( ١: ٣٢٥)

بينما يوضح "هشام عبد الحفيظ" (٢٠٠٤) أن الإستثمار هو مجمل الأوضاع الرياضية والإقتصادية والإجتماعية التى تكون البيئة التى تم فيها الإستثمار ومكونات هذه البيئة متغيرة ومتداخلة إلى حد كبير. ( ٦٢: ٢٢ )

ويشير حسن أحمد الشافعى (٢٠٠٦) إلى أن الإستثمار يعتبر أحد أبرز المتغيرات التى أدخلت على إقتصاديات العالم المتقدم والنامى خلال العقدين الأخيرين حيث يشير هذا المفهوم إلى إستثمار الأموال فى الشهادات والأسهم وصناديق الإستثمار وكذلك الإستثمار فى بعض الأوراق المالية التى تساعد المستثمر على التحوط ضد مخاطر تقلب أسعار الأوراق المالية، والإستثمار يقوم على عمل هدفه زيادة رأس مال الفرد أو زيادة موارده عن طريق تشغيل ماله أو إستغلاله بهدف زيادته، أى وظيفة الإستثمار هو تشغيل الأصول، وهو أحد الوسائل الأساسية لتنفيذ برامج التنمية، ومن أهم العوامل المؤثرة على التغير البنائى للإقتصاد الوطنى. (١٩: ١٣)

- الإستثمار فى المجال الرياضى:-

يعتبر الاقتصاد المصري في الوقت الراهن فى مرحلة تحول للإعتماد على آليات السوق الحر وهذا ما يأتي بصورة مباشرة لتطبيق سياسة الإستثمار فى الإقتصاد المصرى لإقناع الدولة بدورها الأساسي فى تنظيم الخدمات الأساسية والإستراتيجية. ( ٤٢ : ٣)

وقد أصبحت الرياضة من أهم القطاعات الاستثمارية حيث تنظر الدول الرأسمالية لها كصناعة إستراتيجية تدر أموالاً طائلة وتحتاج لإدارة محترفة وتهدف للربح، كما ينظر لها رجال الأعمال والهيئات والمستثمرين المحليين والأجانب كمجال للدعاية التجارية من خلال رعاية الأبطال والأحداث والبطولات الرياضية. (٤٠: ١٥) .

ومع حداثة دراسة مفهوم الإستثمار فى المجال الرياضى فليس المقصود به بيع المؤسسات الرياضية لتصبح آلياتها قائمة على تحقيق أعلى ربح، وإنما الهدف هو إعادة صياغة أسلوب إدارة المؤسسات الرياضية وإلتزامها بأهدافها ( تحقيق النهوض الرياضى)مما أوجب ضرورة إرساء دعائم الإستثمار بالمؤسسات الرياضية والتى أثبتت نظرياً إمكانية توفير التمويل اللازم لتحقيق متطلبات المؤسسات من خلال التدفقات النقدية الناتجة عن الإستثمار المالى والعينى بالمؤسسات الرياضية، فالإستثمار أحد صور التمويل فهو عمل هدفه زيادة رأس المال للفردأو زيادة موارده بتشغيل ماله أو إستغلاله بهدف زيادته. (١٥: ٤)

ويذكر "حسام حسن شحاته" (٢٠٠٨) أن الإستثمار فى المجال الرياضى منظومة للقرارات الإستراتيجية بتشغيل أصول المؤسسات الرياضية (المالية، والبشرية) بهدف المحافظة عليها وتنميتها وفقاً للأيدلوجيات السائدة وفى ظل درجة مخاطرة محسوبة لتحقيق عوائد مستقبلية مناسبة تساعد تلك المؤسسات على تحقيق الأهداف الرياضية والإقتصادية والإجتماعية بتوازن ديناميكى. (١٥: ٦)

ويوضح "حسن الشافعى" (٢٠٠٦) أن تحويل الإقتصاد المركزى فى آليات السوق الحر والإتجاه بقوة نحو خصخصة الشركات والمشروعات التى تشجع المستثمرين على المستوى المحلى والدولى بهدف زيادة رأس المال للمؤسسات الرياضية عن طريق توظيفه فى هذه المؤسسات من خلال الأنشطة الرياضية المختلفة أتاح تبادل المنفعة بين هؤلاء المستثمرين والمؤسسات الرياضية فى إستثمار إمكانياتهم المادية والبشرية اللازمة للأنشطة الرياضية المختلفة. (١٩: ١٩)

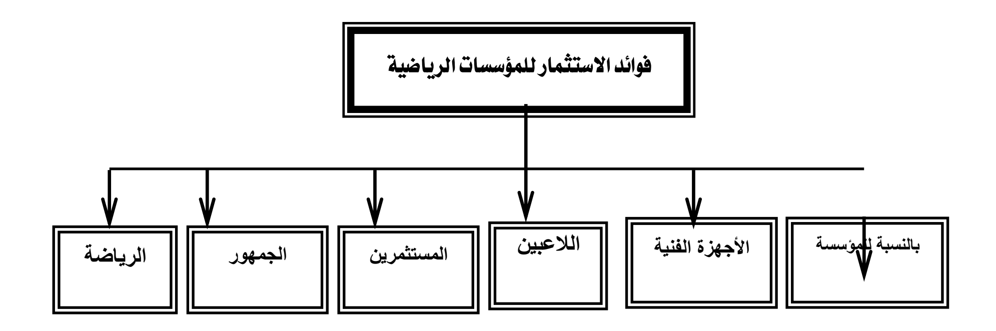
ومن خلال التعريفات السابقة للإستثمار فى المجال الرياضى نتفق مع "شريهان يحيي"(٢٠١١) علي أن الإستثمار فى المجال الرياضى يعنى توظيف وتشغيل رأس المال والدخول به فى أنشطة ومشروعات تخص المجال الرياضى لتحقيق هدف الأنشطة والمشروعات المراد الإستثمار فيها مع تحقيق أعلي عائد مادى مناسب.

كما نري أن الاستثمار في المنشآت الرياضية والشبابية يعني استثمار الأماكن الشاغرة في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية في مشروعات خدمية واستثمارية بما يحقق أعلي عائد اقتصادي يمكن الصرف منه علي التطوير والتحديث المستمر للمنشآت واستثمار فائض الربح في التوسع في إقامة منشآت رياضية حديثة وعمل مشروعات خدمية ناجحة.

- فوائد الإستثمار فى المؤسسات الرياضية:

يشير "حسن الشافعى" (٢٠٠٢) أن الإقتصاد القائم على الإستثمار الفردى يكون أقدر على تحقيق الفاعلية والكفاءة الإقتصادية وزيادة دور الملكية الخاصة للأفراد وإتاحة الفرص الإستثمارية لهم بحرية والعمل على إزالة حالة الجمود والإحتكار بإعتبار أن الإستثمار هو أنسب الحلول لمواجهة تلك المشاكل(١٨: ١٤).

وتوضح نتائج دراسة "غازى السيد، أحمد ممدوح" (٢٠٠٥) أن الإستثمار فى المؤسسات الرياضية يحقق العديد من الفوائد:




شكل (٢) فوائد الأستثمار للمؤسسات الرياضية

- بالنسبة للمؤسسة الرياضية ( النادى ):

يؤدى الإستثمار إلى زيادة موارد الدخل للمؤسسات الرياضية وإرتفاع أرصدة المؤسسة المالية(النادي) والإهتمام بقطاعات الناشئين، وتوسيع مجال المؤسسة (النادى) فى جميع الأنشطة الرياضية.

- بالنسبة للأجهزة الفنية والإدارية:

يؤدى الإستثمار إلى زيادة العائد المادى للأجهزة الفنية والإدارية وبالتالي إرتفاع أسهم أسعار المدربين في جميع الأنشطة الرياضية.

- بالنسبة للاعبين:

يحقق الإستثمار إستفادة مادية عالية تعود على اللاعب نظير المبالغ التى يتقاضاها مقابل التعاقد مع إدارة المؤسسة الرياضية وبالتالي إرتفاع أسهمهم فى بورصة اللاعبين.

- بالنسبة للمستثمرين:

يحقق الإستثمار أموال طائلة بالنسبة للمستثمرين كما يقوم بتسليط الضوء عليهم وزيادة شهرتهم ورفع مستواهم الإجتماعى.

- بالنسبة للجمهور:

يؤدى الإستثمار إلى زيادة شعبية المؤسسة (النادى) بين المؤسسات الأخرى وزيادة الإقبال الجماهيرى عليها بما يعود بالنفع على المؤسسة والمستثمر.

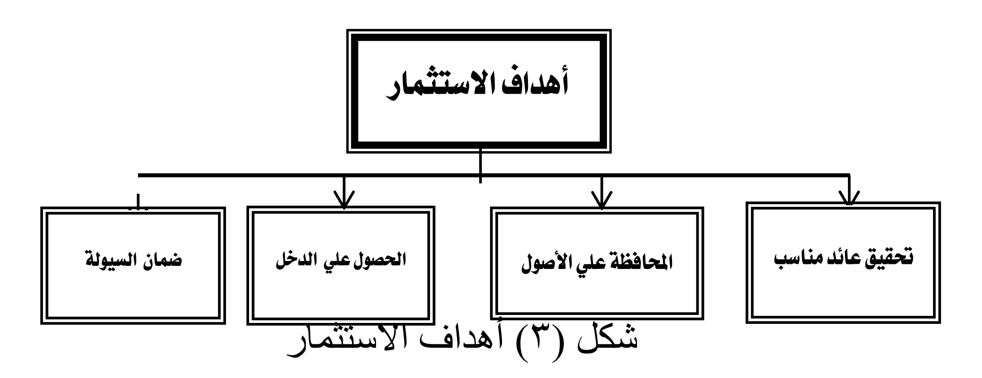
- بالنسبة لمستوى الرياضة:

يؤدى الاستثمار إلى تحسين مستوى الرياضة داخل المؤسسة (النادي) نظير المبالغ التي تصرف عليها من أجل الارتقاء بها في الأداء والشكل وإدارة النشاط الجيدة مما يعود بالنفع على تطوير اللعبة على المستوى المحلى والعالمى. (٤٥: ٣) .

أهداف الاستثمار في المؤسسات الرياضية:

تختلف أهداف الإستثمار بإختلاف الجهة التى تقوم بعملية الإستثمار حيث يكون الهدف من عملية الإستثمار هو تحقيق النفع العام كما هو عليه الحال بالنسبة للمشروعات الإستثمارية العامة التى تقوم بها الدولة مثل إنشاء جامعة حكومية، وقد يكون الهدف من عملية الإستثمار هو تحقيق العائد أو الربح كالمشروعات التى يقوم بها قطاع الأعمال.

ويرى "حسن أحمد الشافعى" (٢٠٠٦) أن من أهم أهداف الإستثمار فى المؤسسة الرياضية هي:




شكل (٣) أهداف الاستثمار

- تحقيق عائد مناسب:-

فهدف أى مستثمر الحصول على عائد مناسب يعمل على إستمرار نجاح المشروع فى المجالات المختلفة بصفة عامة ومجالات التربية البدنية والرياضية بصفة خاصة.

- المحافظة على قيمة الأصول الحقيقية:-

أى المحافظة على قيمة رأس المال الأصلي للمشروع ولضمان ذلك لابد من إجراء دراسات الجدوى الإقتصادية لإختيار أفضل أسلوب، وأفضل بديل، وأفضل فرصة إستثمارية تحقق أكبر عائد إستثمارى بأقل درجة من المخاطرة.

- استمرارية الحصول على الدخل والعمل على زيادته:-

من السهل تحقيق النجاح ولكن من الصعب المحافظة عليه فالمستثمر يسعى دائماً إلى إستثمار أمواله فى مشروعات إستثمارية وعندما يحقق نجاحاً فيها لا يكتفى بتحقيق هذا النجاح من الربح والمحافظة على الأصل الحقيقي بل يسعى دائماً إلى زيادة الربح وتنميته.

- ضمان السيولة اللازمة:-

فمن أهداف الاستثمار توفير حد مناسب من السيولة لتغطية متطلبات العمل والعملية الإنتاجية من أجل التحكم فى حالات الطوارئ والحالات غير المحسوبة.(١٩:٢٢).

كما نتفق مع عطية سعد الشبراخيتى (٢٠٠٦) أن أهداف الإستثمار فى المجال الرياضى تستمد من الواقع الإقتصادى للمؤسسات الرياضية فى جمهورية مصر العربية وهى:

تخفيف العبء المالي عن الموازنة العامة للدولة.

زيادة أرباح المنشات و المؤسسات الرياضية.

ارتباط المؤسسات الرياضية بأسواق المال.

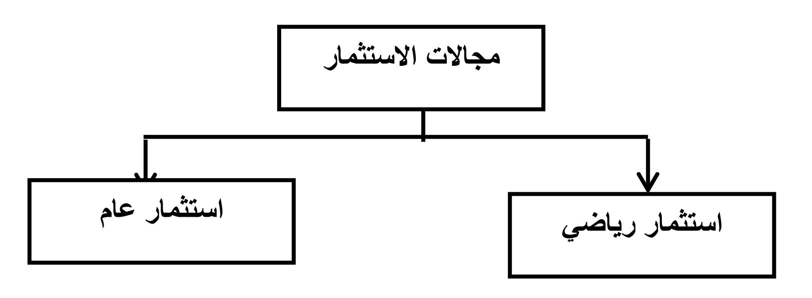
مواجهة الأزمات المالية التى تواجه المؤسسات الرياضية.

تشجيع الإستثمار فى الأنشطة الرياضية المختلفة. (٤١: ٣٢)

ونلخص من خلال الأهداف السابقة للإستثمار فى المؤسسات الرياضية أنه كلما حقق الإستثمار عوائد وإرباح مناسبة للمنشاة أو المؤسسة الرياضية أدى ذلك إلى تحقيق الإكتفاء الذاتى وتخفيف العبء المالي عن الدولة وتقليل الدعم الموجه إلى تلك المؤسسات الرياضية من قِبل الدولة، كما أن الحصول على الربح والمحافظة عليه وزيادته يتطلب إدارة قوية تعتمد علي الأساليب الإدارية الحديثة والاعتماد علي التمويل الذاتي لتحقيق ذلك التوازن وهو ما يحققه الإستثمار فى المؤسسات الرياضية.

- مجالات الإستثمار بالمؤسسات الرياضية:

إن أساليب الاستثمار فى المؤسسات الرياضية تتعدد وتختلف من مؤسسة إلى أخرى طبقاً لطبيعة الهدف من إنشاءها وتبعاً للإمكانيات ومصادر التمويل وتنقسم مجالات الإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسة الرياضية إلى:




شكل (٤) مجالات الاستثمار

أولا: استثمار رياضي بالمؤسسات الرياضية:

رعاية الفرق الرياضية للألعاب الفردية والجماعية.

إستضافة الفرق الأجنبية العالمية.

حق بيع تذاكر المباريات والمنافسات.

حق بيع وشراء اللاعبين.

حقوق البث التليفزيونى.

حقوق الدعاية والإعلان.

إنشاء مدارس لتعليم وتدريب الألعاب الرياضية المختلفة.

إستخدام العلامات والشعارات على المنتجات ووسائل الخدمات الرياضية.

إصدار الطوابع والعملات التذكارية للمناسبات والأحداث الرياضية.

تأجير صالات الألعاب المغطاة والمفتوحة.

إستثمار مرافق وخدمات المؤسسات الرياضية كالمطاعم والكافتيريات.

إنشاء الأندية الصحية المزودة بأحدث الأجهزة التكنولوجية.

ثانيا: إستثمار عام بالمؤسسات الرياضية:

- إنشاء مركز علاج طبيعي. - إنشاء حمامات سباحة.

- فتح فصول لتعليم اللغات. - إنشاء صالات لألعاب الأطفال.

- إنشاء روضة للأطفال - إنشاء محطة تزويد للوقود.

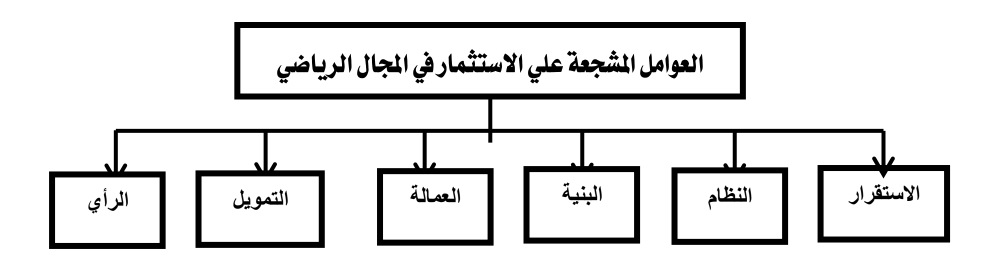
- إنشاء مجمع تجارى.

- دورات تدريبية في مجالات الإدارة الرياضية.( ١٩: ٣٧ )

ونرى أن الاستثمار الرياضي بالمؤسسات والهيئات الرياضية يحقق عائد مادى أكبر من الإستثمار العام فيها والتي تعتمد علي المشروعات التجاريه، حيث أن المؤسسات والهيئات الرياضية تعتمد في دخلها علي بيع تذاكر مبارياتها الرياضية لمختلف الأنشطة واستثمار مرافقها بما يخدم النشاط الرياضي وحاجات ورغبات الأفراد.

- العوامل المشجعة على الاستثمار في المجال الرياضي:

يتفق كلاً من حسن الشافعى (٢٠٠٦)، كمال درويش ، أشرف عبد المعز (٢٠٠٠): علي أن من أهم العوامل المؤثرة على الإستثمار فى المجال الرياضى هو:




شكل (٥) العوامل المشجعة علي الاستثمار في المجال الرياضي

الإستقرار: فى السياسات التى تتبعها الدولة فى المجالات السياسية والإقتصادية والمالية.

النظام القانونى والتنظيم: بحيث تكون السياسات مستقرة من خلال القواعد والإجراءات التى تستهدف حماية المستثمر والعقود والمعاملات بين الأطراف من خلال وضع نظام قضائي لفض المنازعات بسرعة وعدالة.

البنية التحتية: سواء كانت ملاعب أو منشآت أو أجهزة رياضية

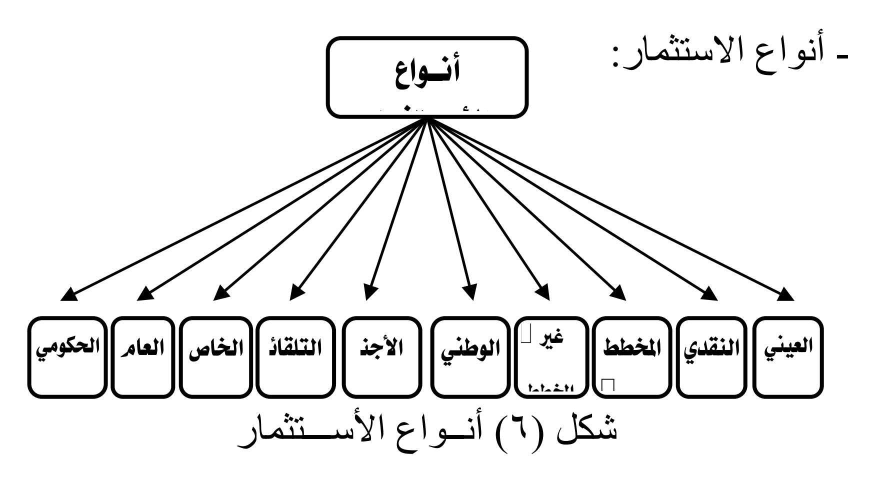
العمالة: سواء كانت لاعبين أو جهاز فنى وإداري وجمهور والقائمين بالعمل فى مجال الإستثمار.

التمويل: توفير كافة مصادر التمويل المختلفة.

موقف الرأي العام: والذى بدوره يؤثر بصورة مباشرة على الإستثمار حيث يعتمد فى المؤسسات الرياضية على إتجاهين، الأول يعنى بتدعيم معرفة أهمية الدور الحقيقى والحضارى الذى تلعبه الرياضة فى التنمية العامة، والثانى يهتم بتدعيم الوعى

بأهمية الإستثمار وتأثيره فى جميع مجالات الحياة. (١٩: ٢٦)، (٤٨: ٣٠)

- أنواع الاستثمار:




شكل (٦) أنــواع الأســـتثمار

الاستثمار العيني:

هو عبارة عن أستخدام السلع والخدمات فى تكوين الطاقة الإنتاجية الجديدة أو المحافظة على الطاقات الإنتاجية الموجودة فى المجتمع، مثل شراء الأدوات والأجهزة فهى إضافة إلى رصيد المواد الخام والسلع الإنتاجية. ( ٦: ٢٥ ) حيث أن الاستثمار العينى موجود بالفعل داخل المؤسسات الرياضية مثل بيع المحلات داخل المؤسسة الرياضية أو بيع أماكن مخصصة لخدمة الأعضاء لأفراد أو لهيئات داخل المؤسسة مقابل مبلغ معين وهذا يعتبر إستثمار عيني. ( ٣٤: ١٦ ).

الإستثمار النقدى:

هو المقابل النقدى للإستثمار العينى أى القيمة النقدية لكل أصل من الأصول الموجودة الثابتة. ( ٦: ٢٥ )

حيث أن هذا الإستثمار يتمثل فى العائد من مدارس الألعاب داخل المؤسسة والصالات متعددة الأغراض ورسوم العضوية كل هذا يترجم إلى صورة نقدية تعود على المؤسسة الرياضية بالنفع والتطور.(١٤:٣٧ )

الإستثمار المخطط:

هو الإستثمار الذى يتم التخطيط له لتحقيق أهداف محددة فيقوم المنظمون بزيادة الإستثمار لدفع الطاقة الإنتاجية نتيجة التنبؤ بزيادة الطلب والتغيرات فى الأسعار وشراء المعدات والآلات التى توفر فى تكلفة التشغيل وزيادة الأرباح فى المستقبل. ( ٢١:١٠ )

الإستثمار غير المخطط:

هو ذلك الإستثمار الذى لا يقوم على الدراسة والتنبؤ بالمستقبل مما قد يؤدى عادة إلى هبوط الأسواق المالية.

الاستثمار الوطني:

هو توجيه المدخرات لتكوين رأس مال حقيقى داخل الدولة، مثل ما يقوم به مجموعة من المستثمرين الوطنيين لتكوين وبناء شركة نقل لخدمة شبكة الطرق فى إحدى المدن الجديدة داخل الدولة.

الإستثمار الأجنبي:

هو إستخدام المدخرات الوطنية فى تكوين رأس مال حقيقى خارج حدود الدولة، مثل ما يساهم به المستثمرين الأجانب مع المستثمرين الوطنيين لإنشاء مشروعات النقل والتى تأخذ شكل المشروع المشترك.

الاستثمار التلقائـي:

هو الإستثمار الذى تقوم به الدولة دون إعتبار لما يدخله من عائد مادى وإن كان يعطى ربحاً فهو فى شكل عائد إجتماعى، ومن أمثلتـه إنشـاء طرق برية لنقل البضائـع من الموانـئ إلى الأقاليم الداخلية.

الاستثمار الخاص:

هو ما يقوم به الأفراد من توجيه مدخراتهم لتكوين رأس مال حقيقى.

الإستثمار العام:

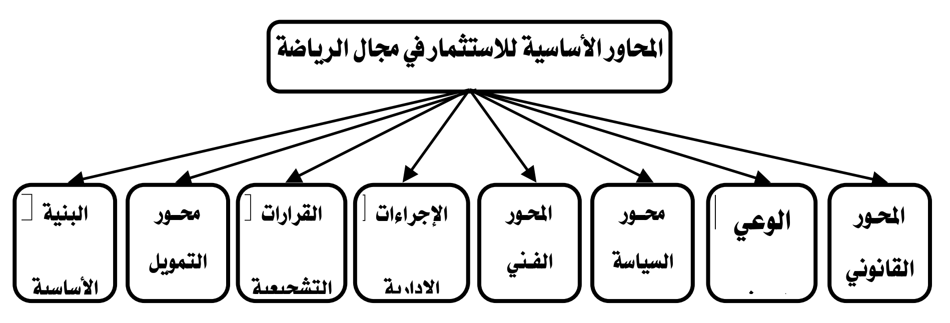
هو رأس المال الحقيقى الذى تقوم بتكوينه شركات القطاع العام ويمول عن طريق الأرباح أو القروض.

الإستثمار الحكومى:

هو ما تقوم به الحكومة المركزية أو الحكومات المحلية من تكوين رأس المال الحقيقى والذي يتم تمويله من فائض الإيرادات العامة من نفقات الدولة أوالقروض الداخلية أو الخارجية. (٢٦:٦)

- المحاور الأساسية للإستثمار فى المؤسسات الرياضية:

أتفق كلاً من "حسن الشافعى" ( ٢٠٠٦)، "على السنداوى" (٢٠٠٣) أن من أهم المحاور الأساسية التى يقوم عليها نظام الإستثمار فى المؤسسات الرياضية هى:




شكل (٧) المحاور الأساسية للاستثمار في مجال الرياضة

١- المحور القانونى:

- ضرورة توافر المناخ القانونى للإستثمار فى المؤسسات الرياضية.

- ضرورة وجود تشريعات خاصة تنظم عمل الإستثمار بالمؤسسات الرياضية.

- تحديد مصادر التمويل للمؤسسات الرياضية بطريقة فعالة.

- وجود حوافز وضمانات تشجيعية للإستثمار فى المجال الرياضى.

٢- محور الوعى بالإستثمار فى المؤسسات الرياضية:

ضرورة تنمية الوعى بأهمية الإستثمار فى المجال الرياضى للمستثمرين والمسئولين فى مجالات التربية البدنية والرياضية من خلال المؤسسات الرياضية.

٣- محور السياسة المتبعة بالمؤسسات الرياضية (فلسفة وأهداف المؤسسة الرياضية):

ضرورة وضوح المؤسسة الرياضية بالنسبة لكل من الهواية، الإحتراف.

ضرورة تحديد سياسة واضحة للإستثمار بالمؤسسات الرياضية موضوعة من قِبل وزارة الرياضة.

التوافق بين أهداف المؤسسة الرياضية الموضوعة من قِبل وزارة الرياضة والأهداف الواقعية لهذه المؤسسة الرياضية.

٤- المحور الفنى ( المعوقات الفنية للإستثمار):

ضرورة وجود مركز معلومات لإجراء دراسات الجدوى للمشروعات الخاصة بالإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية.

تحديد أشكال وأنواع الإستثمار فى المجال الرياضى المختلفة بوضع خطط مشتركة للإستثمار فى المجال الرياضى.

٥- محور الإجراءات الإدارية الخاصة بالإستثمار فى المؤسسات الرياضية:

ضرورة التخلص من المعوقات الإدارية وتطبيق مبدأ اللامركزية.

ضرورة إختصار الإجراءات اللازمة لتأسيس مشروعات الإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية.

وجود خطة إستثمارية رياضية بالمؤسسة الرياضية.

وجود جهاز إدارى للإستثمار والتسويق الرياضى بالمؤسسات الرياضية.

الحد من التدخل الحكومى فى سياسة المؤسسات الرياضية.

٦- محور القرارات التشجيعية والتحفيزية للإستثمار فى المؤسسات الرياضية:

ضرورة وجود القوانين واللوائح والقرارات التى تشجع وتحفز الإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية.

توافر الأساليب المختلفة لتحفيز وتشجيع المستثمرين فى مجالات التربية البدنية والرياضية

وضع إستراتيجية لتشجيع الإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية.

٧- محور التمويل للإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية:

توافر مصادر التمويل المختلفة القصيرة والطويلة للإستثمار فى المجال الرياضى.

زيادة الموازنة المخصصة للإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية.

إتاحة الفرصة للقروض من البنوك للإستثمار فى المجال الرياضى.

ضرورة وجود مخصصات للإستثمار فى المجال الرياضى بالميزانية.

وجود نظام مالى للإستثمار فى المجال الرياضى للمؤسسة الرياضية.

إقناع البنوك بأهمية الإستثمار فى المجال الرياضى.

٨ - محور البنية الأساسية:

ضرورة توافر المنشآت والأدوات والأجهزة اللازمة والمناسبة لتشجيع الإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسة الرياضية.

إهتمام وسائل الإعلام المختلفة بأهمية دور الإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسات الرياضية فى الإرتقاء بمستوى الرياضة وزيادة الدخل القومى. (١٩:٢٨)،(٤٢,٢٧)

- مناخ الاستثمار فى المجال الرياضى:

يعرف المناخ الإستثمارى بأنه مجموعة الظروف والسياسات والمؤسسات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية، بالإضافة إلى الأوضاع القانونية التى تحيط بأى مشروع أستثمارى والتى تؤثر بشكل أو بآخر فى ثقة المستثمر وفى إتخاذ قراراته بدءاً من فكرة الإستثمار وإلى أن يجنى ثمار استثماره. (٢٠: ٦٣)

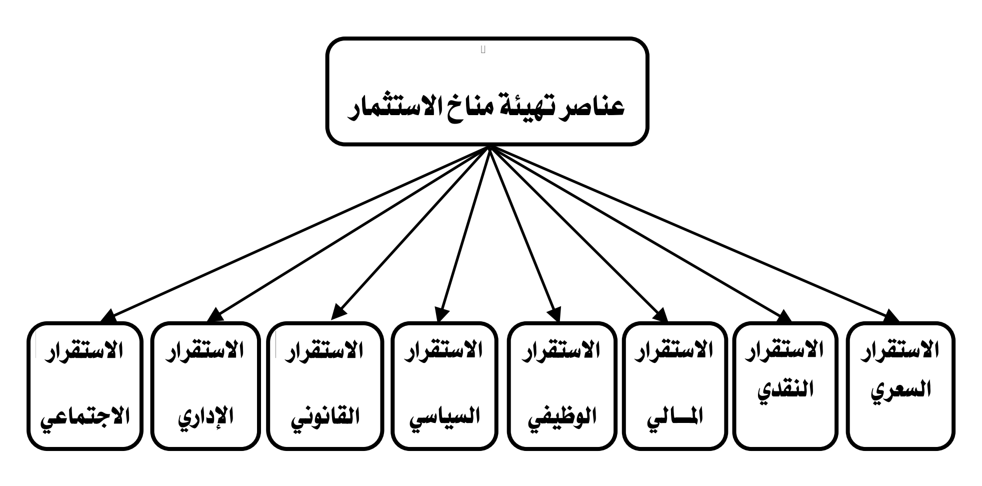
ومن هذا المنطلق تعتبر الرياضة مجال يتميز بقوة بشرية كبيرة جداً سواء على مستوى العاملين أو المستفيدين وهو ما يجعلها مجالاً خصباً من الناحية الإستثمارية،

ولكن توجد بعض النقاط التى لا تظهر هذه الميزة ألا وهى عدم الإستقرار من ناحية ثبات السياسة الرياضية، ومدى إستيعاب القيادات لهذه السياسة أو بالنسبة لإستقرار مجالس إدارة الهيئات الرياضية أو بالنسبة لإستمرار الإقبال الجماهيرى على أنشطة الرياضة المختلفة. (٣٩: ٩١)

لذا يجب وضع بعض المحددات التى تعمل على زيادة الإستقرار فى الرياضة حتى تساعد على دخول المستثمر المجال الرياضى بإطمئنان، وأيضاً توجد بعض العناصر الأخرى التى تعمل على تهيئة المناخ الرياضى للإستثمار مثل البنية الأساسية ومدى توافرها وإستغلالها سواء ملاعب أو منشآت رياضية، وأيضاً المرونة الرياضية التى تعمل على سهولة إتخاذ القرارات ومحاولة حل المشاكل بصورة سريعة تخدم الصالح العام، وأيضاً الحوافز والضمانات التى توفرها الدولة للمجالات الأخرى من

أجل تشجيع الإستثمار فى مجال معين والتى لابد أن تدعم بها الرياضة مثلها مثل المجالات الأخرى، وهذه العوامل وغيرها هى التى تعمل على تهيئة مناخ الرياضة للمستثمر حتى يشعر به كمجال أستثمارى يمكن الدخول والعمل به. (٣٧: ٦٥)

ويري محسن "أحمد الخضرى" (٢٠٠٢) أن هناك مجموعة من العناصر التى تعمل على تهيئة مناخ الإستثمار وتحقق الاستقرار الاقتصادي وتشجع على الاستثمار وجذب المستثمرين وهى:




شكل (٨) عناصر تهيئة مناخ الاستثمار

١- الاستقرار السعرى:

ضرورة العمل على تحقيق أستقرار سعرى لعوامل الإنتاج عن طريق تخفيض معدلات التضخم وأرتفاع الأسعار، ومن ثم تحقيق الإستقرار فى معدلات زيادة الإنتاج، وتحقيق معدل

مناسب ومتزايد من الإدخار الوطنى يوجه إلى النواحى الإستثمارية التى تضمن زيادة قدرة الجهاز الإنتاجى لتحقيق الإنتاج السلعى والخدمى المطلوب مثل الإهتمام بالقطاعات الزراعية والصناعية.

أما بالنسبة للمجال الرياضى فالخدمات المقدمة للأعضاء داخل المؤسسات الرياضية والتحكم فى إدارة المؤسسة بالصرف عليها دون زيادة فى أسعارها يعتبر أهم دافع من دوافع التقدم والنمو داخل المؤسسة والذى يجلب الإستثمار ويشجع على دخول مستثمرين جدد.

٢- الاستقرار النقدي:

يعنى الأستقرار فى السياسات المرتبطة بأسعار صرف العملة المحلية بالعملات الأجنبية، حيث أنه من الضرورى أن تستقر سياسة أسعار الصرف خلال فترة الأستثمار المحلى والخارجى، وعلى المشروعات القائمة والمراد أقامتها وأيضاً سياسة التعاملات مع البنوك فى القروض والفوائد بحيث كلما كانت أسعار العملات والفوائد والقروض ثابتة فى الوقت الذى يقوم به المستثمر بالإستثمار فيكون ذلك دافع هام للإستثمار لأنه يضمن الربح وحسابات التقدم الإستثمارى له ويستطيع الخوض فى أكثر من مشروع يساعد على نمو المؤسسة.

٣- الاستقرار المالي:

هو أستقرار السياسة الضريبية وسياسة الإنفاق العام المتمثلة في إيرادات ونفقات الدوله والأجهزه الحكوميه، فمن الضروري العمل علي تنمية موارد الدولة من خلال سياسات ضريبية مستقره أو أي يمكن تبديلها أو تغييرها بحيث يمكن أن توصف بالثبات النسبي خلال فترة تنفيذ المشروع الإستثماري، وفي الوقت نفسه العمل علي إستقرار سياسة الإنفاق العام لإتصالها الوثيق وتأثيرها المباشر وغير المباشر علي النشاط الإقتصادي في الدوله، فيتمثل الإستقرار المالي في السيولة الموجودة داخل المؤسسة الرياضية وإمكانية إستغلالها بكافة الأنشطة بقوة وفي أي وقت، وذلك بتثبيت أسعار الخدمات والموارد التي تزيد من الإستقرار المالي داخل المؤسسة الرياضية.

٤- الاستقرار الوظيفي:

نعني إستقرار القوي العاملة عن طريق تحسين ظروف تشغيلها بخلق وإيجاد وتوفير المناخ الملائم لتقوية انتمائها للوحدة الإنتاجية التي تعمل بها كما أنه لا بد من تحسين نظم الأجور والحوافز وظروف العمل، وتنمية تلك الموارد البشرية وفقاً لبرامج زمنيه يتم من خلالها تدريب وإعداد القوي العامله وإكسابها للمهارات المطلوبة وتنمية قدراتها مع العمل بإستقرار علي تطويع القدرات التعليمية لتخدم عملية الإستثمار، ومن ثم التقليل من البطالة ومشكلاتها.

٥- الاستقرار السياسي:

هو الطريق للتنمية الجادة وتشجيع الإستثمار ليس فقط فى الحاضر ولكن أيضاً للمستقبل وهو ذلك الإطار المتمثل فى طرق إصدار القوانين والتشريعات وثبات مجلس الإدارة وعدم إنقسامه وتوحده فى فكر وقرار واحد دون التدخل من خارج الإدارة، ويعتبر ذلك من دوافع الإستثمار الذى يجعل من المؤسسة الرياضية مؤسسة مستقرة تجذب المستثمرين إليها.

٦- الاستقرار القانوني والتشريعي:

من المتعارف عليه أن تغير القوانين بمعدلات سريعة يؤثر تأثيراً شديداً على المناخ الإستثمارى فى أى مكان، لصعوبة التشريعات واللوائح والقرارات ومن ثم فيصعب الإرتكاز على أى منها نظراً لسرعة تغيرها، ومن هنا كان لإستقرار القوانين أهمية محورية خاصة فى تحقيق وتأكيد المناخ الإستثمارى الملائم للقيام بالإستثمار سواء على مستوى المستثمر الوطني أو على مستوى المستثمر الأجنبي فيساعد على عملية الإستقرار القانونى وأهمها( الإقلال من معدل تغيير القوانين العمل على إستقرار النظام القضائى، وسرعة الفصل فى المنازعات وحسمها بأسلوب حكيم).

٧- الاستقرار الإداري:

يعد إستقرار الهيكل الإدارى ومؤسساته المختلفة عاملاً هاماً فى تهيئة المناخ الإستثمارى الملائم سواء لتيسير عملية التخطيط على المستوى القومى أو على مستوى المشروع الإستثمارى، والمقصود به سرعة تغير الوزارات والوزراء وإعادة توزيع الإختصاصات فهذا يؤثر تأثيراً مباشراً على عملية الإستثمار ومناخ الإستثمار حيث يتعين على متولى المنصب الجديد إعادة فهم الإجراءات والشروط الجديدة والمصالح والهيئات والمؤسسات التى عليها تم الموافقة على مشروع المستثمر وعلى أعتماده ومنحه التصاريح اللازمة، لذلك هناك عدة عوامل تساعد على تحقيق الإستقرار الإدارى وأهمها:-

إستقرار الهيكل الإدارى الحكومى بمؤسساته ومنظماته المختلفة لمدة طويلة نسبياً فيما يتعلق بالوزارات والوزراء.

إستقرار السياسة الإدارية خاصة فيما يتصل بالدليل والإجراءات وفيما يتعلق بخدمة الجمهور وخدمة العملاء ومنهم رجال الأعمال والمستثمرين.

إستقرار أداء الخدمات الإدارية التى تقدم للمستثمرين.

إستقرار أماكن وأسماء المؤسسات الحكومية التى تقوم بتقديم الخدمات الخاصة بعملية الإستثمار.

٨- الاستقرار الإجتماعى:

ويقصد بالإستقرار الإجتماعى أنه أستقرار فى هيكل القيم والأخلاق الإجتماعية للمجتمع وما يتصل به من السلوك العام للأفراد، بمعنى أن تعمل الدولة على الحفاظ على هيكل القيم والبنيان الأخلاقي لعملية الإستثمار، بما يساعد على تأكيده وفى الوقت نفسه يتيح جدار أمان للمستثمر ويساعده على إتخاذ قراره الإستثمارى وكيفية التعامل معه ومع المجتمع.(٦٣: ٥٢، ٦٨)

ويرى الكاتب أن الاستقرار والأمن هو من أهم العوامل التي تساعد علي التقدم والرقي في المؤسسات الحكومية بصفة عامة والمؤسسات الرياضية بصفة خاصة فالإستقرار فى كل هذه العناصر (إقتصادى، سياسى، قانونى، إدارى إجتماعى، سعري، نقدي، وظيفي) يساعد على وضوح استراتيجيات الإستثمار وخلق مناخ مناسب لجذب المستثمرين وقدرتهم على إتخاذ القرار الإستثمارى بقوة وحكمة دون ضغوط أو أحتمالات خاطئة للإستثمار فى المجال الرياضى.

- طرق ووسائل جذب رجال الأعمال للإستثمار فى المجال الرياضى:

يوضح "حسن أحمد الشافعى" (٢٠٠٦) أن حوافز جذب المستثمرين للإستثمار فى المجال الرياضى هى:

١- أنشطة الدعم المستمر لجذب الإستثمار الأجنبى والمحلى فى مجالات التربية الرياضية والبدنية عن طريق:

توفير معلومات عن تدفقات الإستثمار عامة وفى التربية الرياضية خاصة.

تقديم مشروعات لتحسين بيئة الأعمال.

تقديم الدعم المتواصل للمستثمر بعد إتخاذه قرار الإستثمار وبعد التأسيس.

الإرتقاء بنظم الإتصال والمعلومات.

٢- إبراز إيجابيات الدولة فى الأسواق المستهدفة والتى تتمثل فى:

الإعلام المتخصص.

إنتاج مواد إعلامية بمقاييس جودة عالمية.

استخدام خطط إعلامية.

عمل علاقات طيبة لتحسين بيئة الأعمال.

٣- تشكيل جهاز إدارى لجمع المعلومات عن السوق الرياضى بهدف:

حصر الجهات المتنافسة على الصعيد العالمى والمحلى التى تعمل فى الإستثمار فى المجال الرياضى.

تحديد دراسات بشأن المشروعات الإستثمارية فى المجال الرياضى.

٤- تقوم إدارة ترويج الإستثمار فى المجال الرياضى بالآتى:-

تطوير أنشطة البحث ووسائل الإقناع للمستثمرين.

تقدير وجود الدولة فى السوق الرياضية المستهدفة.

تحسين عملية الإتصال ونقل المعلومات للمستثمرين.

٥- وضع الدولة على قائمة الأنشطة الإستثمارية الرياضية.

٦- جذب المستثمرين لزيارة الدولة والتعرف على أماكنها.

٧- إنشاء مركز معلومات لخدمة الإستثمار فى المجال الرياضى (١٩:١٧).

ونتفق مع "شريهان يحيي" (٢٠١١م) أن من أهم العوامل المشجعة علي الاستثمار والتي لها أهميتها فى إتخاذ القرار الإستثمارى هي:

تمتع البلاد بالإستقرار السياسى والإقتصادى.

حرية تحويل الأرباح وأصل رأس مال المستثمر بدون قيود.

استقرار سعر صرف العملة.

سهولة إجراءات الحصول على تراخيص الإستثمار.

سهولة وضوح التعامل مع الجهات الرسمية.

وضوح وإستقرار قوانين الإستثمار.

الإعفاء الضريبى والجمركى.

توافر العنصر البشرى الكفء.

إمكانية تحقيق عائد مرتفع من الإستثمار.

توافر البنية الهيكلية وعناصر الإنتاج.

حرية التصدير والتنقل وتوافر الفرص الإستثمارية المختلفة.

توافر الخرائط الإستثمارية مع وجود الدعم المادى والمعنوى.

توافر الأنظمة المصرفية المتطورة وبنوك المعلومات.

وجود تنسيق بين الدوائر الرسمية المعنية بالإستثمار.

وجود سوق مالية متطورة وسوق منظمة للأوراق المالية.

ثبات السياسة الإستثمارية وزيادة الحوافز الممنوحة للمستثمرين.

ويتضح مما سبق أن للأعلام دور مؤثر وفعال يساعد فى جذب المستثمرين للإستثمار فى المجال الرياضى وذلك عن طريق:-

توفير الإعلام المتخصص الذى يعمل على جذب المستثمرين وإمدادهم بالمعلومات الكافية عن الإستثمار فى المجال الرياضى.

تكوين شبكة علاقات متكاملة بين الدول وبعضها البعض للتعرف على المستثمرين فى كل مكان.

الإهتمام بتطوير الخطط الإعلامية بما هو جديد يعمل على جذب المستثمرين للإستثمار فى المجال الرياضى.(٢٧: ٥٧)

وتضيف "شريهان يحيي" (٢٠١١) أن مجازفة المستثمر ودخوله فى المجال الرياضى يلزم لها عدة شروط وهى:

التنسيق بين الجهات الحكومية المختصة لخدمة المستثمرين.

تسهيل الإجراءات الإدارية لإستخراج تصاريح الإستثمار فى المجال الرياضى.

توفير إستقلالية القرارات للمستثمرين فيما عدا مخالفة التراخيص المصرح بها والضرائب.

إستغلال المصادر الغير تقليدية فى تمويل الأنشطة الرياضية داخل المؤسسة من خلال إستغلال الاسم وشعار النادى، تسويق موقع النادى على الإنترنت ، تذليل الصحافة لخدمة مشروعاته الإستثمارية (٣٤: ٢٧).

- دور التشريعات فى تنظيم عملية الإستثمار فى المجال الرياضى:

يوضح "حسن الشافعى"(٢٠٠٦) أن للصندوق الإجتماعى للتنمية دور كبير فى النهوض بالإستثمارات فى كافة المجالات وخاصة المجال الرياضى حيث يعتبر أول شبكة أمان إجتماعى وإقتصادى لتخفيف الأعباء عن المؤسسات الرياضية.

كما أشار إلى قانون رقم ٤١ لسنة ٢٠٠٤ قانون المنشآت الصغيرة فى المجال الرياضى والذى تتكون موارد الإستثمار فيه من:

التمويل الذى يتاح من الصندوق الإجتماعى.

ما تخصصه الدولة من إعتمادات لتمويل المشروعات الصغيرة.

الهبات والمنح التى تتيحها مؤسسات التمويل لدعم المشروعات الإستثمارية.

فيقدم الصندوق الإجتماعى لتنمية المنشآت الرياضية الخدمات الآتية:-

التعريف بفرص الإستثمار فى المجال الرياضى.

إعداد دراسات جدوى عن المشروعات الإستثمارية.

تزويد أصحاب المشروعات الإستثمارية بالسجلات الحسابية.

التعريف بالمخاطر التى يمكن أن يتعرض لها المشروع.

التعرف على أهم تقنيات التسويق للمشروع.

ويعتبر تطوير التشريع المصرى نقطة إنطلاق هامة فى تاريخ الإستثمار حيث أنه مبنى على فلسفة جديدة فى مجال الإستثمار وتمويل الرياضة وذلك من خلال:

تشجيع الأفراد والشركات على إنشاء وإدارة الأندية الرياضية ومراكز الترويح بغرض الإستثمار وتقديم الحوافز لهم للدخول فى هذا النشاط.

إسناد إدارة بعض المنشآت الرياضية المملوكة للدولة إلى هيئات متخصصة فى إطار مجموعة من الشروط والأحكام التعاقدية.

طرح بعض الأراضي المملوكة للدولة كمشروعات رياضية جديدة للمستثمرين وفقاً لنظام حق الإنتفاع للقطاع الخاص بحيث يتولى المستثمر أعباء الإنشاء والإدارة مقابل الإنتفاع بالمشروع مدة زمنية محددة تنتقل بعدها الإدارة والملكية للدولة.

إنشاء آلية جديدة للنظر فى المنازعات الرياضية والفصل فيها بما يتفق مع المعايير والقواعد الدولية.

تفعيل وتطوير الإطار القانونى بحقوق الملكية الفكرية فى المجال الرياضى وحظر إستعمال الهيئات الرياضية أو علامتها المسجلة بغير إذن كتابى (١٧ :٢٦٤).

تحويل المؤسسة الرياضية الى مؤسسة أعمال ( إعادة الهيكلة الإدارية ):

يوضح كلاً من "منير إبراهيم هندى"، "السعيد محمد لبدة" (٢٠٠٤) أنه لكى يتم تحويل المؤسسة الرياضية إلى مؤسسة أعمال إستشارية يجب أن تمر بعدة مراحل من أهمها:-

إقتناع الدولة بجدوى الإستثمار فى المجال الرياضى وإعتماد القرار السياسى للإستثمار بالمؤسسة الرياضية.

إعداد جهاز وزاري مستقل للإستثمار فى المجال الرياضى بالمؤسسة الرياضية.

إعداد القيادات الرياضية وتدريبهم على تكنولوجيا الإدارة والإستثمار بالمؤسسة الرياضية.

إستحداث نظم لإدارة المعلومات للإستثمار بالمؤسسة الرياضية.

إعداد برنامج تسويقى إعلامى للإستثمار بالمؤسسة الرياضية وتحديد وكالات التسويق المسئولة عنه.

إعداد البرامج الزمنية والموازنات التقديرية اللازمة لتحويل المؤسسة الرياضية لمؤسسات أعمال رياضية.

تصميم الإطار التشريعى الملائم للإستثمار بالمؤسسة الرياضية وحوافزه من خلال:-

تصنيف المؤسسات الرياضية والمشروعات سواء مؤسسات القطاع (الأهلي – الأعمال) الرياضى.

تحديد شكل الملكية (فردية – تضامن – شركة مساهمة ) وفقاً لمحدداتها.

العلاقة التنظيمية بين الشركات القابضة والتابعة الرياضية وإختصاصاتهما (٦٠: ٧٥).

- نماذج تطبيقية للإستثمار فى المجال الرياضى من قِبل رجال الأعمال والمستثمرين:-

بدأت الشركات ورجال الأعمال تبنى مسيرة الأنشطة الرياضية مقابل المردود الإعلانى والإعلامى الذى يعود عليهم بالنجاح من دعم الرياضة وكواجب وطنى فى النهوض بالرياضة ولتخفيف العبء عن الدولة فى دعم قطاع البطولة.

نــــادى جولــــدى:

هى إحدى تجارب النجاح الحقيقية لرجال الأعمال والمستثمرين للإستثمار فى المجال الرياضى حيث يقوم نادى جولدى بتقديم القروض لتطوير الإستثمارات الحالية بالقاهرة بنظام BOT فيقوم بتسوية أرض الملعب وعمل كراسى بالمدرجات وتطوير المداخل والمخارج وعمل البوابات الإليكترونية ، وتجديد غرف خلع الملابس وغرف الحكام وبيع التذاكر.

فقد قام رجل الأعمال الذى دعم الفريق القومى لكرة اليد فى بطولة كأس العالم التى أقيمت فى القاهرة، وإنشاء أكاديمية تحتوى على أكبر ملعب فى الشرق الأوسط للجولف وتنظيم بطولات التنس العالمية للسيدات، كما قام رجل الأعمال برعاية البطل أحمد برادة فى الأسكواش.

نــادى وادى دجـــلة:

يقع النادى فى شرق المعادى بالقاهرة ، بنى على مساحة ٦٠كم٢ والتى تضم حمامات سباحة أحتلت مكانة عالمية بين الأندية الإستثمارية من إرتفاع مستوى الخدمة والإمكانيات المادية والبشرية. ويرأس هذا النادى رجل الأعمال "ماجد سامى" المتيقن بأهمية دخول المستثمرين ورجال الأعمال فى مجال الإستثمار فى الرياضة وأن الرياضة المصرية يجب أن يرتفع

مستواها إلى أضعاف ما هى عليه الأن فى ظل وجود الكم الهائل من المستثمرين ورجال الأعمال، إلا أن هناك تخوف من الإستثمار فى الرياضة من قِبل المستثمرين بعدم وجود حوافز وضمانات تحفظ لهم حقوقهم.

نـــادى جزيرة الـــورد:

يوجد نادى جزيرة الورد بالمنصورة والذى تبلغ مساحته ٣٠ فدان عبارة عن حدائق ومسطحات خضراء تضم:

ملاعب الكرة الطائرة وكرة السلة والتنس.

مركز للعلاج الطبيعى.

يضم نادى الحوار الرياضى والإجتماعى.

حمامات سباحة تمارس فيها كافة الأنشطة المائية مثل التجديف.

ونادى جزيرة الورد يتبع أستثمارات بنك الدقهلية التجارى ويضم ٣٤٠ وحدة سكنية(٣٤: ٢٧ ).

**التسويق**

- مفهوم وتعريف التسويق:

يعتبر التسويق هو أحد الأنشطة الرئيسية لأي منشأة من المنشآت، بل أن خطة التسويق الرئيسة هي أولي الخطط التي يجب أن تبدأ بها المنشآت، والتي في ظلها يمكن تخطيط باقي أنشطة المنشأة، ومن ثم تصبح الحاجة ضرورة الي قيام هذا

النشاط علي أسس وقواعد المنشأ وفنيه سليمة من ناحية وعلي معرفة بأصول وقواعد الإدارة السلمية من ناحية أخري. (٣٠: ٩٩)

كما يعرف سمير عبد الحميد (١٩٩٩) أن التسويق الرياضي هو " الأنشطة المصممة مقابلة احتياجات ورغبات المستهلك الرياضي من خلال عمليات المشاركة الرياضية(٣٠:١٠٣).

ويعرف أيضا خالد عبد العاطي (٢٠٠٠م) التسويق الرياضي بأنه " هو العملية القائمة المتبادلة المنافع بين المنتج ( البطولات الرياضية) وبين المستهلك (المشاهدين) لتحقيق هدفه الأساسي لإشباع وتوفير احتياجات المجتمع المعنوي والإنتاجي بمشاكل اقتصادية وزيادة العائد المادي الجيد للجهة المنظمة ( ٦:٢١).

ويشير محسن أحمد الخضري (٢٠٠٢) أن التسويق هو نشاط اجتماعي إداري يمارسه كافة الأفراد في المنظمة بدء من رئيسها إلي أدني عامل فيها وبالتالي فإنه نشاط شامل ومتكامل لا يقتصر علي فرد بذاته في المؤسسة والنشاط التسويقي يحتاج إلي كم مناسب ومتدفق من البيانات والمعلومات عن التسوق وعن المستهلك فالتسويق مبني علي معرفة كاملة ومعيقة ومتسقة وشاملة لمعرفة الجوانب والأبعاد، معرفة تتناول دقائق احتياجات ورغبات المستهلكين وأذواقهم وميولهم الشرائية(٥٣:٥٢).

- خصائص التسويق الرياضي:

يذكر خالد عبد العاطي (٢٠٠٠) أن خصائص التسويق تشتمل علي:

- عدم مادية الرياضة:

والمقصود هنا أن العميل الذي يحضر الحدث الرياضي لا يحمل داخله سوي بعض الذكريات والإنفعالات التي تختلف من شخص لأخر وهذه الانطباعات المختلفة هي التي تحدد القرارات الشرائية المستقبلية فيما يتعلق بتلك الرياضة.

- التنبؤ والتوافق:

وهي إحدى أهم الأمور الشائعة في الرياضة عدم التوقع بالنتيجة لكى يفوز أي فريق أخر بغض النظر عن تاريخ وأدائه ونتائجه، وهناك العديد من العوامل التي يمكن أن تؤثر علي نتيجة المباراة كالعوامل النفسية مثل الشحن النفسي الزائد أو عوامل فنية مثل إصابة أحدي اللاعبين المؤثرين في الفريق فنيا وكذلك العوامل البيئية مثل الطقس والأمطار وهذه العوامل تتفاعل مع بعضها لتضمن عدم توقع النتيجة.

الإرتباط بالتوقيت المعاصر:

فإن المنتج الرياضي لا يمكن أن يباع بعد اليوم الذي يتم فيه الحدث الرياضي وفي الواقع يجب أن يتم البيع قبل الحدث الرياضي وذلك لضمان اهتمام العميل وبالتالي المنتج.

فعلي سبيل المثال فإن المباراة التي تذاع علي الهواء مباشرة يمكن تسويقها بشكل أفضل بحيث تزيد نسبة الإقبال عليها جماهيرياً وتؤدي إلي زيادة في نسبة الربح أيضا أما إذا أذيعت المباراة بعد تسجيلها في غير توقيتها فهذا يؤدي إلي تقليل نسبة الإقبال وكذلك نسبة الربح.

- الإرتباط العاطفي:

ويشير إلي مدي أهتمام الشعوب بالرياضة فقد أجريت في الثمانينات بعض الدراسات عن مدي اهتمام الشعب الأمريكي بالرياضة فقد أكدت الدراسات أن ٩٥% من الشعب الأمريكي يهتم بصورة أو بآخري بالرياضة سواء عن طريق القراءة، المناقشة، المشاهدة الاستماع أو المشاركة كما بلغ ترتيب نسبة المبيعات للمنتجات الرياضية بين مختلف المنتجات في الولايات المتحدة رقم ٢٥ وهذا يدل علي أنه عندما يتعاطف ويهتم شعب إلي منتج معين فإن الشركات الخاصة بهذا المنتج تتجه إلي تسويقه بنسبة كبيرة مما يعود بكلا الطرفين بالمكاسب الكبيرة.

- الاستهلاك العام والدور الإجتماعي:

أكدت الدراسات الأمريكية أن ٩٤% من المشاهدين الذين يحضرون المباريات يحضرون برفقة شخص آخر علي الأقل كما أن استمتاعهم يتأثر بصورة كبيرة باستمتاع الآخرين ولذا في السنوات الأخيرة اهتمت الشركات التسويقية باستثمار هذا الاتجاه فقامت بعمل الأقسام الخاصة بمقاعد العائلة ومقاعد غير المدخنين وتخفيضات للمجموعات.

- مركز التحكم والاهتمام :

لا شك أن قطاع الخدمات يشتمل علي العديد من المنظمات التي تتباين في طبيعة عملها وأهدافها وأنشطتها الرياضية علي اختلاف أنشطتها جزء هام من مكونات قطاع الخدمات حيث تقوم

بمجموعة من الوظائف وتسعي إلي تحقيق مجموعة من الأهداف(٢٣: ١٣).

ويذكر محيي الدين الأزهري (١٩٩٥) أن هناك اهتمام واضح يزداد يوما بعد يوم بالنشاط التسويقي وقيامه علي أساس ومناهج إدارة سليمة من قبل العديد من المنشآت بأحجامها المختلفة وأنواعها المختلفة في كافة القطاعات سواء في قطاع الشركات العالمية في كافة الدول الرأسمالية، قطاع شركات الأعمال قطاع المؤسسات التي تهدف إلي الربح (٥٦: ٦١).

- أهمية التسويق:

يذكر "سمير عبد الحميد" ( ١٩٩٩) أنه يمكن الاسترشاد بمجموعة من العوامل التي توضح أهمية التسويق منها العدد الكبير في الوظائف التي يفرضها حجم التعامل وعدد الأفراد الذين يعملون في التسويق وفرص العمل المهنية الذي يقدمه التسويق وتكلفة القيام بالنشاط التسويقي والعلاقة بين التسويق ومستويات المعيشة والفرص الكبيرة المتاحة في الأسواق الخارجية واهتمام المتزايد بموضوع التسويق وفيما يلي يتم عرض بعض العوامل التي توضح أهمية التسويق وهي:

- حجم السلع المتداولة:

زاد حجم السلع المتداولة خلال المنشأة بشكل كبير وعندما تنظر إلي أرقام وقيمة السلع المتداولة في المنشآت الجملة والتجزئة نستطيع أن نبين هيكل التوزيع داخل المجتمع.

- الأفراد الذين يعملون في النشاط التسويق:

يجب أن ننظر إلي إعداد الأفراد الذين يعملون في منشأة التسويق ونضيف إليهم القوي البيعية التي تعمل لدي المنتجين وعدد الأفراد الذين يعملون في النقل والاتصال وفي المنشآت التمويلية وفي البحوث التسويقية وفي وكالات الإعلان وبعدها سنخرج بنتيجة أن العاملين في أي موقع أنهم يعملون عملا تسويقياً.

- فـرص العمل المتاحة:

يتصل بعدد العاملين في النشاط التسويقي موضوع فرص العمل المتاحة في محيط تجارة الجملة والتجزئة والمبيعات والإعلان والبحوث التسويق وفي الشراء وغيرها. وهناك علاقة بين فرص العمل والمعروضة وبين المستويات المعيشية لأنها تعطي عائد كبير للعاملين في تلك المجالات (٣٠: ٩٠).

- المزيج التسويقي:

يذكر فاروق رضوان ( ١٩٩٨) أن المزيج يتعلق بالإستراتيجية التي ستتبعها المنشأة في تخطيط أوجه الأنشطة التسويقية المتعلقة بالمنتج المزمع تقديمه للسوق والسلعة لا يتوقف نجاحها في السوق اعتمادا علي عنصر واحد من عناصر النشاط التسويقي بل من الضروري تضافر جهود أكثر من عنصر، فقبول المستهلك لسلعة لا يعتمد علي درجة عالية من الجودة ولكونها مرتفعة الثمن وغير متوافرة في الأسواق ولا يعلم المستهلك عنها شي وعلى نفس الوتيرة يمكن أن يكون سعر السلعة منخفض وعلي الرغم من ذلك لا يسهل توزيعها في حالة ما إذا كانت ذات جودة منخفضة، فنجاح السلعة يعتمد علي تضافر عدة عناصر

السلعة نفسها من حيث جودتها ودرجة تنوعها وتشكيلها ومعدل التطوير المتعلقة بها

كالضمان والصيانة وتوافر قطع الغيار والسعر المحدد لها والجهود الترويجية المصاحبة لها من بيع شخصي وإعلان ووسائل تنشيط فضلا عن توافر الأماكن التي يفضل المستهلك الحصول علي السلعة منها ( ٤٦: ٦٥ ).

- عناصر المزيج التسويقي:

يحدد محي الدين الأزهري(١٩٩٥)، وسمير عبد الحميد (١٩٩٩) عناصر المزيج التسويقي في العناصر التالية:

١- تخطيط المنتجات:

- تصميم المنتج (من حيث الشكل والذوق والموديل أو الطراز والحجم والوزن والمقاس واللون والطعم والرائحة.........).

(تشكيلة المنتج والتنويع والتبسيط، التمييز، الغلاف والتغليف، التبيين، الخدمة والضمان).

٢- الترويج:

(البيع الشخصي، البيع غير الشخصي ويشمل الإعلان، تنشيط المبيعات، النشر ) .

٣- التسعير:

(تحديد الأسعار، تحديد الخصومات بأنواعها، الائتمان والبيع بالتقسيط وشروط الدفع).

٤- التوزيع:

التوزيع غير المادي ويشمل ( اختيار سياسات، طرق، منافذ توزيع ).

التوزيع المادي ( تخزين المنتجات عامة، تجيهز طلبيات النقل، مراقبة المخزون) (٥٦:٢٩٣) (٣٠: ٨٠).

- عملية تكوين المزيج التسويقي:

يذكر محيي الأزهري(١٩٩٥م) أنه طبقاً للمفهوم الحديث للتسويق يجب تحقيق التكامل بين جميع الجهود التسويقية ومن ثم جاءت فكرة المزيج التسويقي لضمان هذا التكامل خاصة وان هذا ما يجب أن تدركه المنشآت تماماً. حيث أن المنشأة من وجهة نظر المستهلك أو المشتري لا تقدم سلعة مقبولة فقط بصرف النظر عن أي اعتبار أخر، ولكن ما ينظر إليه المستهلك ويتأثر به ويسلك أو يتصرف علي أساسه هو السلعة بشكلها وتصميمها وطرازها وبغلافها وأسمها التجاري والخدمة أو الضمان المتوفر لها ( عنصر تخطيط المنتجات) وسعر السلعة ومقارنته بغيره وبعوامل أخري وشروط الدفع ( عنصر التسعير) والنشاط الإعلاني والترويجي وما يتأثر ويقال عنها إعلانياً وما يقوم به رجال البيع من جهد في سبيل تقدم السلعة (عنصر الترويج) ثم المكان الذي تقدم فيه هذه السلعة وكيف يوفرها المنتج له ومنفذ التوزيع الذي يعرضها (عنصر التوزيع ) كل هذه السياسات والعناصر هي التي تمثل مخرجات النشاط التسويقي أو الذي تقدمه المنشأة للسوق المستهدف كوحدة واحدة يتأثر بها المستهلك أو المشترك عموما وفي أن واحد كما أنها لابد أن توضع ويتم التنسيق فيما بينها. (٥٦:٢٩٥)

- الخطوات التي يمكن أن نتبعها في عملية تكوين المزيج التسويقي:

أن تحدد المنشأة العناصر والمكونات الفرعية لكل عنصر من العناصر الأربعة للمزيج التسويقي حتي يمكن تحديد إطار الجهود التسويقية المطلوبة وتصنيفها.

تحديد الأهمية النسبية لكل عنصر ولكل مكون من مكونات المزيج التسويقي في ضوء الإستراتيجية والأهداف المطلوبة وفي ضوء موقف المنتج والسوق والمنشأ حتي يمكن معرفة مدي وحجم وطبيعة الجهد الذي سيبذل أو يؤديه كل عنصر من هذه العناصر ومكوناته ومن ثم تصميمه وتخطيطه في هذا الإطار.

تحديد وتكوين السياسات واتخاذ القرارات التخطيطية والتنفيذية لكل عنصر لتحديد وتخطيط ما سيتم عمله وذلك في ضوء ما تقدم.

الربط والتنسيق بين العناصر الأربعة ودراسة مدي توافر الأرتباط بينهما ومن ثم تكوين المزيج المطلوب أو المستهدف.

التطبيق ومتابعة التطبيق واتخاذ الإجراءات الصحيحة في الوقت المناسب وتوفير إجراءات وإمكانيات نجاح المزيج.(٢١:٢٩٥).

- أسس التسويق الرياضي:

يذكر سمير عبد الحميد (١٩٩٩) أن نجاح مجال التسويق الرياضي في مجال الهيئات الرياضية في إطار التغيرات السياسية والاقتصادية التي يمر بها العالم بصفة عامة ومصر

بصفة خاصة وعلي وجهة التحديد ما يحدث في مجال الاقتصاد من خصخصة الشركات والمؤسسات والبنوك فكان لابد من وضع مجموعة من الأسس للتسويق الرياضي لكي يحقق النجاح وقد تمثلت في:

قيام تجارة الرياضة علي أساس وجود سوق رئيسي.

وجود نظرية للتسويق الرياضي وبحوث للسوق وأنظمة المعلومات وهدف تسويقي.

وجود مناهج متقدمة في الرياضة وعلاقات ووسائل الأعلام الرياضية.

استخدام التصاريح ورخصة الصناعة الرياضية (٣٠: ١٠٢ ).

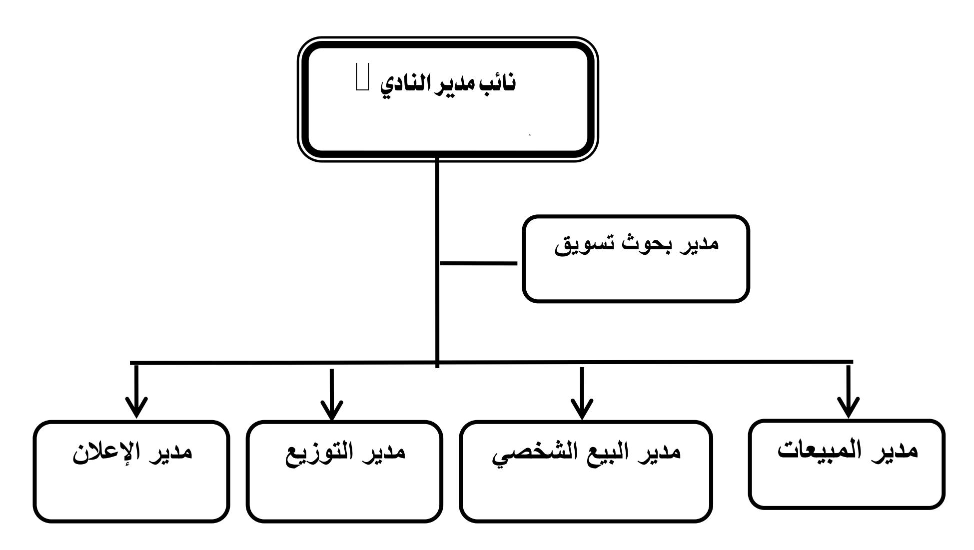
- التنظيم الداخلي لإدارة التسويق:

ويري محمد جبريل (٢٠٠١م) أنه يمكن الاستفادة من أسس إدارة التسويق والتي تتمثل في وضع تصور الهيكل التنظيمي للهيئات (المؤسسات الرياضية) كالأتي:

الأساس الوظيفي.  - الأساس السلعي.

العملاء.  - الأساس المركب (كمزيج من السابق).

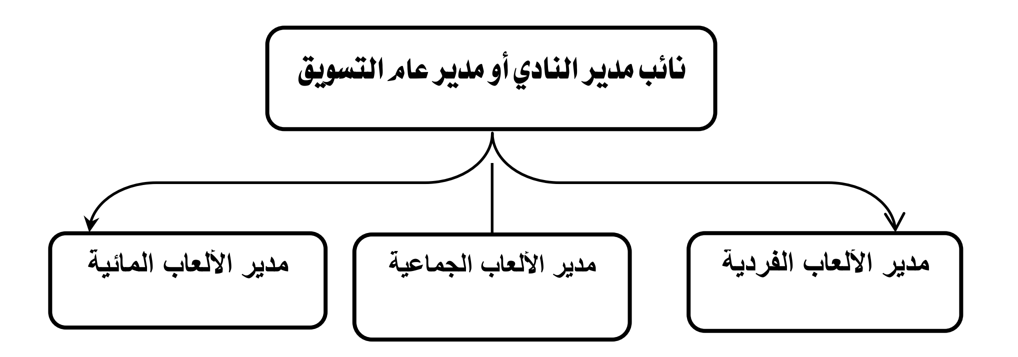
وذلك لوضع هيكل التنظيم الداخلي لإدارة التسويق في النادي وهي كالتالي:




شكل (٩) نائب مدير النادي أو مدير عام التسويق

ويوضح شكل (٩) يوضح الأساس الوظيفي لوضع إدارة التسويق بالنادي الرياضي حيث تتكون من (مدير مبيعات البيع الشخصي، مدير التوزيع،مدير الإعلان).( ٥٤: ٤٠).

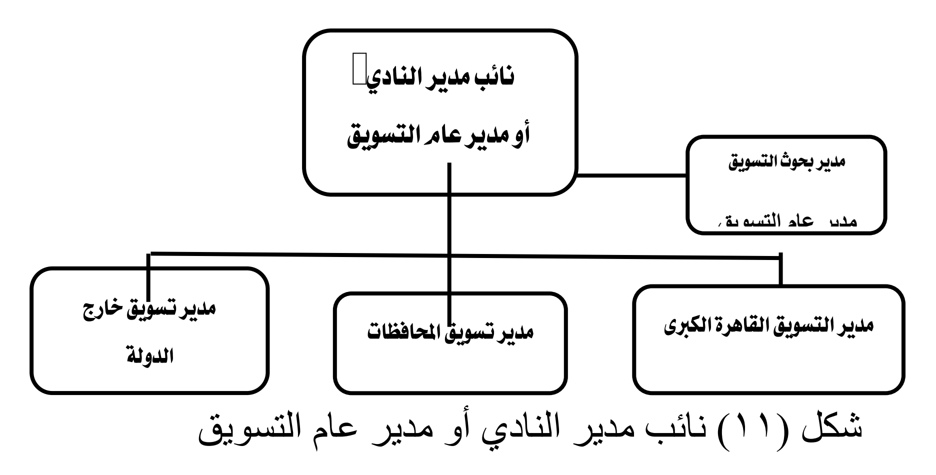
- التنظيم علي حسب الألعاب:




شكل (١٠) نائب مدير النادي أو مدير عام التسويق

شكل (١٠) يوضح التنظيم الداخلي لإدارة التسويق حسب الألعاب بالنادي الرياضي حيث تتكون من(مدير الألعاب الفردية والمنازلات، مدير الألعاب الجماعية، مدير الألعاب المائية).

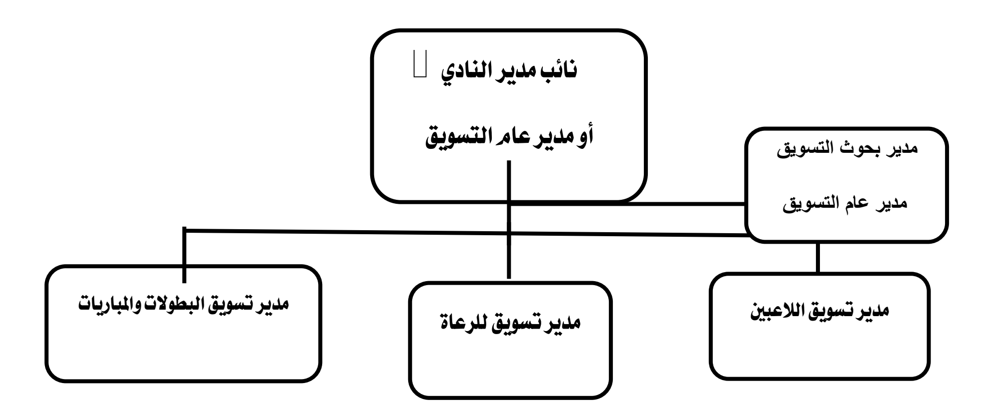
- التنظيم حسب المناطق الجغرافية:




شكل (١١) نائب مدير النادي أو مدير عام التسويق

والشكل (١١) يوضح إدارة التسويق حسب المناطق الجغرافية بالنادي الرياضي حيث يكون من (مدير تسويق القاهرة الكبرى، مدير تسويق المحافظات، مدير تسويق خارج الدولة).

تنظيم حسب العملاء والمستهلكين:




شكل (١٢) نائب مدير النادي أو مدير عام التسويق

الشكل رقم (١٢) يوضح إدارة التسويق حسب العملاء والمستهلكين بالنادي الرياضي وتتكون من (مدير تسويق اللاعبين، تسويق الرعاة، مدير تسويق البطولات والمباريات)(٤١:٤٠)

- وسائل التسويق الرياضي:

يذكر خالد عبد العاطي (٢٠٠٠م ) أن وسائل التسويق الرياضي هي:

إيرادات تذاكر المباريات.

تسويق حقوق الدعاية والإعلان.

البث التليفزيوني.

التراخيص لإستعمال الشعارات.

إصدار هدايا تذكارية.

المطبوعات والنشرات الخاصة.

الإعلان علي ملابس اللاعبين( ٢١: ١١).

- مجالات صناعة الرياضة كأساس لعملية التسويق:

يذكر سمير عبد الحميد (١٩٩٩م) أن مجالات صناعة الرياضة تتحدد في عدة عناصر هي:-

تسويق اللاعبين ( صناعة البطل) حيث أن الاحتراف أصبح أساسا لدي الأندية حيث توقع عقود احتراف مقابل مبالغ أصبحت غالية في بعض الأحيان وأصبح اللاعبين المحترفين بورصة عالمية قيمة عقود اللاعبين.

تسويق برامج الإعداد والتدريب الرياضي حيث أصبح من المعروف أن التدريب الرياضي يبني علي أسس عملية وقواعد تربوية ولم يصبح عشوائيا وأصبح مجال إعداد وتدريب الرياضي مجالا هاما نستطيع من خلالها الهيئات الرياضية العملية ان تخوض في هذا المجال لتحقيق أهدافها.

التسويق في مجال المعدات الرياضية حيث تعتبر هذا المجال من أخصب المجالات التي ينبغي أن تحوز علي اهتمام كثير من الهيئات لإستخدام التكنولوجيا المعد الرياضية.

تسويق أماكن ممارسة الرياضة وهو المتطلبات الأساسية للممارسة حيث أن الموائمة بين النشاط وطبيعة البيئة تلعب دوراً أساسياً في تحقيق الإنجاز الرياضي.

تسويق الخدمات الرياضي من خلال وكلاء أسواق ومن خلال دليل عن الأندية لقضاء وقت الفراغ بالإضافة إلي الخدمة الرياضية كالاستمتاع والتسلية والأستجمام.

تسويق الثقافة الرياضية الخاصة بسيكولوجية الرياضة والتدريبات.

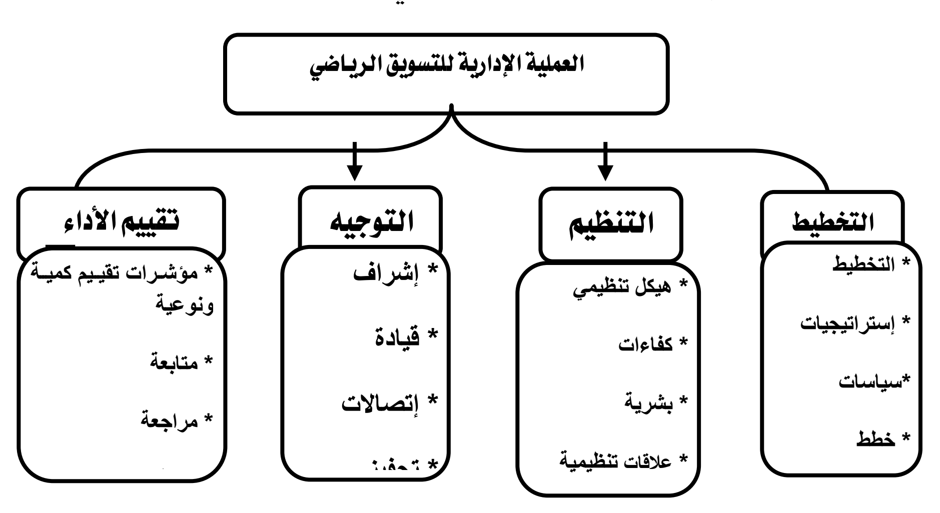
تسويق صناعة المحركات الرياضية والسيارات الرياضية والدراجات الرياضية والشاحنات الرياضية.

الشبكة الرياضية الديموجرافية التسويقية وهي شبكة لتحديد الأوصاف الخاصة بالديموجرافية في كل بورصة من الأسواق التجارية وتقديم معلومات سكانية عن نمط السكان في شبكة رياضة محددة.

تسويق برامج لأسس أختيار اللاعبين وفق متطلبات الألعاب الرياضية المختلفة.

تسويق مستلزمات اللياقة البدنية والصحة ( ٣٠:١٠٥ ).

- العملية الإدارية للتسويق الرياضي:




شكل (١٣) العملية الإدارية للتسويق الرياضي

الشكل رقم (١٣) يوضح أن ثابت إدريس (٢٠٠٤م) يري أن إدارة عملية التسويق تحتاج إلي مجموعة من المتطلبات هي:

التوجيه بالسوق والعملاء

تبني الفكر الإستراتيجي.

بيئة تنظيمية متميزة وجذابة للعاملين

أنماط قيادية فعالة

الأهتمام بالتغيير

تبني وأستخدام تكنولوجيا متطورة لمعلومات

تنمية العمل الجماعي

البحث عن التمييز (١٨:٥٢)

- العوامل المؤثرة علي التسويق الرياضي:

يري كلا من كمال الدين درويش، محمد صبحي حسانين (٢٠٠٤م) أن العوامل المؤثرة علي التسويق الرياضي هي:

طبيعة المجتمع وفلسفة الرياضية فيه ( سلعة – خدمة ).

المناخ الاقتصادي في الدولة.

طبيعة جودة وسعر المنتج الرياضي.

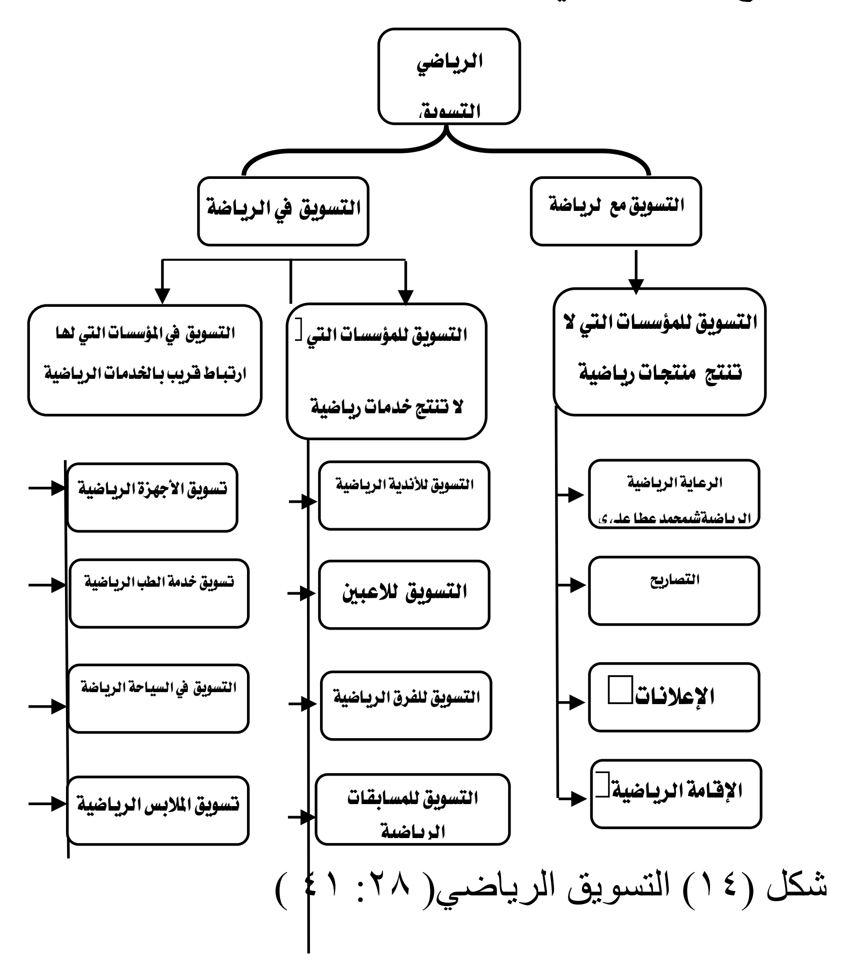
العوامل الإجتماعية للمستهلكين ( الديموجرافيا )

سلوك المستهلك ( الدخل- محل الإقامة- السن- التعليم- نسبة الزواج ) (٦٣:٥٠)

- أنماط وأشكال التسويق في الرياضة:

يري سعد أحمد شلبي (٢٠٠٥م) ان التسويق في الرياضة يعني أستخدام المنظمات الرياضية مناهج وأساليب إدارة التسويق المتبعة في المنظمة الإقتصادية ومن ثم يوجد تداخل كبير بين

التسويق مع الرياضة والتسويق في الرياضة حيث يوجد كل منها بجانب الأخر وذلك بشكل خاص في الإقامات والأحداث الرياضية مثل بطولات كأس العالم أو البطولات القارية سواء كان من قبل المنظمات الأقتصادية التي تسوق من خلال الرياضة مثل رعاية الأحداث الرياضية ويوضح الشكل التالي كل من المفهومين (التسويق مع الرياضة والتسويق في الرياضة) كما موضح بالشكل التالي:




شكل (١٤) التسويق الرياضي( ٢٨: ٤١ )

**التمويل الرياضي:**

ويعرف حسام رضوان (٢٠٠٠) التمويل بمفهومه العام هو "مجموع الموارد المالية والفنية التي تحصل عليها الهيئة الرياضة سواء كانت إيرادات ذاتية أو تبرعات أهلية وإعانات حكومية". ( ١٦: ٤٣ ).

- التمويل الرياضي في المؤسسات الرياضية:

المال هو عصب الهيئات وهو الذي يساعده علي تحقيق أهدافها وجوهري في مختلف الهيئات إذا يجب عليها تحديد أهدافها ويعتبر التمويل أمر أولا أن تعد لنفسها خطة تمويلية سليمة تتضمن توفير القدر الكافي من حجم الأستثمارات ومصادر رأس المال الذي يتيح أتحاذ قرارها بحرية (٣٦:١٠)

يتفق عطية سعد الشبراخيتي (٢٠٠٦ ) مع ماهر السيد عطية (٢٠٠٥) إلي أن التمويل عملية شبة تلقائية تقوم بها المنشات والأفراد للحصول علي المال وتوفير الميزانيات اللازمة لتحقيق أهدافها (٤١: ٤ )(٥١: ٨).

ويري سمير محمد عبد السلام (٢٠٠٨) أن مصادر التمويل الذاتي والأهلي والحكومي في ظل اقتصاد السوق والذي يعطي النادي الحرية المطلقة إدارة شئون بنفسه وعدم تدخل الدولة في شئون الأندية باعتباره منشأة أقتصادية منتجة، وأن الأفراد أقدر علي تنظيم شئون وإدارة الأندية وحمامات السباحة بها وبالتالي فإن مصادر التمويل الخاصة بالمشروعات الإستثمارية تتمثل في:

أموال الملكية الخاصة.

القروض.

ائتمان مصرفي البنوك التجارية – الأموال المقترضة.

قروض مباشرة ( قصيرة الأجل – متوسطة الأجل – طويلة الأجل).

الائتمان التجاري.

التمويل بالإستثمار (٣١:٣٥).

- مصادر تمويل الهيئات الرياضية:

يشير كل من أشرف محمود العجيلى (١٩٩٩)، حسن الشافعي (٢٠٠٦) أن مصادر التمويل في المجال الرياضي تنقسم إلي:

- التمويل الذاتي:

هو كل الإيرادات التي تحققها الهيئة الرياضية عن طريق أستثمار مرافقتها أو منشأتها وأنشطتها سواء كان ذلك من حصيلة الاشتراكات السنوية للأعضاء بالهيئة أو رسوم تسوية أو بيع تذاكر المباريات الرياضية التي تنظمها الهيئة لفرقها أو دخل الحفلات في تقييمها الهيئة أو أيجار منشأتها أو عائدات الودائع المالية أو المقابل المالي لإستخدام الهيئة أو غيرها من مصادر

الإيرادات الذاتية التي يصعب حصرها لتعددها واختلافها من رياضة ألي أخري.

- التمويل الأهلي:

هو كل التبرعات المالية والعينية التي تأتي للهيئة الرياضية عن طريق الأفراد أو اشتراكات المؤسسات من داخل مصر أو من خارجها بعد موافقة الجهة الإدارية سواء كانت أموالا سائلة أو ودائع تدر عائداً أو وصايا أو هيئات أو إنشاءات أو استضافة للفرق الرياضية أو ملابس أو أجهزة أو أدوات خاصة بنشاط الهيئة أو غيرها من مصادر الأهلية التي يصعب حصرها بتعددها واختلافها من هيئة إلي أخري.

- التمويل الحكومي:

هو كل الإعانات المالية والعينية التي تأتي للهيئة الرياضية عن طريق الأفراد أو الاشتراكات أو المؤسسات من داخل مصر أو من خارجها بعد موافقة الجهة الإدارية سواء أموالا سائلة أو ودائع ماديا أو هيئات أو إنشاءات أو استضافة الفرق الرياضة أو ملابس أو أجهزة أو أدوات خاصة بنشاط الهيئة أو غيرها من مصادر الأهلية التي يصعب حصرها لتعددها واختلافها من هيئة إلي أخري.

- التمويل المشترك:

هو ذلك اللون من التمويل الذي يجمع بين الإيرادات الذاتية للهيئة الرياضية والتبرعات الأهلية والإعانات الحكومية وتعتمد أغلب الهيئات الرياضية بمصر علي هذا النوع من التمويل

كمصدر لتمويلها وأن اختلفت من هيئة رياضية لآخري (٦:١٩٤) ( ١٧: ٥٧).

- العقبات التي تواجه التمويل الرياضي:

يذكر حسام رضوان (٢٠٠٠م) أن هناك بعض المشكلات والعقبات في تدبير الاحتياجات المالية داخل الهيئة الرياضية ومن أهم هذه العقبات ما يلي:

القوانين واللوائح المنظمة للهيئة الرياضية الأهلية والتي تعرقل عمليات التمويل الذاتي منه والأهلي داخل هذه الهيئة الأهلية.

عدم وجود المختصين ذو الخبرات في مجال التمويل وحل المشكلات المالية داخل الأندية الرياضية.

إنعدام إعلامية وتتمثل في أن الوسائل الإعلامية المختلفة لا تهتم بكل الأنشطة الرياضية إعلاميا ولكنها اللعبة علي تغطية بعض الأحداث الرياضية لبعض النشطة مثل كرة القدم والتي تعتبر اللعبة الشعبية الأولي في مصر وإغفال الاهتمام إعلاميا بالعاب أخري مما يقل من فرص التسويق الرياضي للبطولات الرياضية.(١٦:٨٥).

**المنشآت الرياضية:**

هى مكان تمارس فيه الأنشطة البدنية والرياضية على كافة أشكالها من ملاعب وأدوات وحجرات ومخازن ومبانى ملحقة..... ألخ ، سواء كانت مكشوفة أو مغطاة ، وتحتوى على كافة الإمكانيات والمتطلبات والتجهيزات الرياضية.

تعريـف المنشأة الرياضية:

وهناك العديد من التعريفات التى تناولت المنشأة الرياضية ومن أهم هذه التعريفات ما يلى:-

"هى كل مكان مجهز بأحدث الوسائل الرياضية وتحتوى على مبنى أو أكثر ويضم تجهيزات ومعدات رياضية متكاملة من أجل تحقيق طموحات وأهداف الشباب وتنمية مواهبهم وقدراتهم بطريقة إيجابية وبناءه"(٢٥: ٣٣).

أو " هى ذلك المكان الواسع الفسيح الذى يضم بناء متكامل سواء كان ملعب أو صالة أو أستاد أو أى منشأة أخرى " ( ٦٥: ٣ ).

أنـواع المنشـآت الرياضيــة:

تختلف المنشات الرياضية عن بعضها بناءاً على ما تحتويه من أماكن تتعلق بممارسة النشاطات الرياضية، ولهذا من الممكن تصنيفها إلى عدة أنواع وذلك من حيث الآتى:

الأهـداف:

تنافسية، تدريبية، ترويحية، تعليمية، علاجية،.... ألخ.

الشكـل العــام:

منشآت خارجية (مكشوفة) ، منشآت داخلية (مغطاة).

الرياضة (اللعبـة):

رياضات جماعية ( قدم ، سلة ، طائرة ،.... ألخ).

رياضات زوجية ( تنس ، أسكواش........ ألخ ).

رياضات فردية ( ألعاب قوى).

رياضات المنازلات ( مصارعة ،.... ألخ ).

رياضات مائية ( سباحة ، غطس ،.... ألخ ).

رياضات أستعراضية وإيقاعية ( جمباز،...ألخ ).

رياضات الأطفال ( ملاعب الحى ،....ألخ ).

القانونيــة:

منشآت ذات ملاعب قانونية ( للمنافسات الرسمية ).

ومنشآت ذات ملاعب غير قانونية ( للتعليم والتدريب والترويح ).

التبعيـة:

منشآت حكومية ( مدارس، جامعات ، ساحات شعبية.... ) .

منشآت أهلية، خاصة ( شركات ، أندية.... ) .

منشآت تجارية ( مراكز رياضية متخصصة: دفاع عن النقس ، لياقة بدنية بولينج.... ) .

نوعيـة الأرضيـة:

تعتمد على نوعية وطبيعة النشاط الرياضى ( زراعة طبيعية ، صناعية مدكوكة ، أسفلت بلاط ، خشبية ، جلدية ، رملية ، فلينية ،..... ألخ ) (٢٥: ٣٥)

ـ أهمية دراسة إمكانات المنشأة الرياضية:

الوصول إلى أفضل الطرق والوسائل التى تؤدى إلى رفع مستوى كفاءتها الفنية والإدارية.

أختيار أفضل للتقييم التنظيمى ، ويتم ذلك بدراسة التصميم الجيد والمثالى للصفات والمميزات والأهداف اخاصة بالمنشأة.

الإشباع الأفضل للحاجات الإنسانية ، حيث أن دراسة الإمكانيات يؤدى إلى التعرف على الحاجات الإنسانية وإشباع هذه الحاجات بأفضل الطرق.

تطوير مختلف ألوان الممارسات الرياضية وذلك من خلال التوصل إلى أفضل أنواع الأنشطة والوصول بلاعبيها إلى رياضة المستويات العالية.

زيادة أعداد الممارسين وإتاحة الفرصة لأكبر عدد بالإستماع والمشاركة فى مختلف الأنشطة الرياضية.

استخدام أفضل للموارد المتاحة فى المجتمع بما يحقق أقصى إشباع للمواطنين.

تحقيق أفضل للأهداف وهذه هى المحطة النهائية لكل المزايا السابقة والتى تتحقق من دراسة الموارد والإمكانات للمنشأة. (٣٥: ٩)

المبادئ العامة لتخطيط المنشآت الرياضية.

١- المساحـــة والميزانيـة:

تتراوح المساحة الخاصة بالنشاط من ٦٠: ٩٠% من المساحة الكلية وتكلفتها تكون أكبر من تكاليف المبنى الإدارى وتتراوح نسبتها بين ٢٥: ٥٠% من الميزانية الكلية للمنشأة وتختلف المساحات والميزانيات مع زيادة الأعضاء المنتسبين للمنشأة.

٢- العـزل والتكامـل:

يجب أن يكون مكان المنشأة بعيداً عن أى خطورة أو إزعاج للممارسين أو المشاهدين، وكذلك داخل المنشأة يتم عزل المجموعات عن بعضها البعض (الألعاب الرياضية المختلفة، الأنشطة الرياضية الأخرى).

أما التكامل فهو يعنى تكامل أبنية المنشأة فمثلاً أحواض السباحة تكون بها غرفة خلع الملابس الخاصة بها وكل ما يلزمها.

٣- سهولــة الإتصـال:

أى سهولة فى الوصول إلى موقع المنشأة وكذلك سهولة الإتصال الداخلى بين الوحدات والملاعب المختلفة للمنشأة.

٤- مرونـــة الإستخـدام:

أى أستخدام المنشأة لأكثر من غرض وكذلك أستخدام الوحدة الواحدة لأكثر من غرض مثل أستخدام صالة الألعاب للمحاضرات أو الندوات أو المعارض.

٥- عوامل الأمن والسلامة:

وذلك عن طريق توفير الأمن والأمان فى مواجهة الحوادث والأخطار سواء كان للممارسين أو الجمهور.

٦- العوامل الصحية:

وذلك من خلال مراعاة الشروط الصحية للبناء من أرتفاع أو مساحة أو تهوية أو أضاءة أو أماكن جلوس للجماهير ، وكذلك البعد عن مصادر التلوث أنتشار الأمراض والأوبئة وزحمة المواصلات.

٧- نـوع البرنـامـج:

من خلال معرفة نوع البرنامج مسبقاً يتم وضع التصميم المناسب للمنشأة ليتناسب وطبيعة ومحتوى البرنامج( تعليم، تدريب، منافسات، ترويحى، علاجى).

٨- التشابه والإختلاف:

وهذا يعنى عدم تشابه المنشآت الرياضية والتنوع فى أشكالها.

٩- الإشـراف:

يجب عند التخطيط للمنشأة مراعاة سهولة الإشراف على الوحدات والملاعب المختلفة بأقل جهد وتكلفة ، وكذلك سهولة أتصال الإداريين باللاعبين ومتابعة سير النشاط.

١٠- القانونيـة:

هو مطابقة المنشأة بالأسس العلمية والمواصفات القانونية من حيث المساحة والشروط والمواصفات ( ٢٥: ١١٠ - ١٤٠ ).

- المواصفات والخطوات الفنية لبناء المنشأت الرياضية:

١- المـوقع:

من أهم العناصر التى يجب مراعاتها عند أختيار موقع المنشأة الرياضية أن تشترك فى هذا الأختيار الخبير الرياضى ثم المسئول عن إدارة المنشأة ثم المدرب الرياضى ثم المهندس المعمارى الذى سيقوم بتخطيط وإقامة المنشأة ، وهناك بعض العناصر الهامة التى يجب مراعاتها عند أختيار الموقع منها:

دراسة نمو المدينة فى المستقبل.

دراسة وسائل المواصلات المتاحة.

بعد الموقع عن مصادر التلوث والكوارث الطبيعية.

مراعاة الأمن والسلامة.

٢- التمـويل:

يعتبر التمويل عصب أى نشاط ، حيث أن رأس المال هو الركيزة الأساسية لإنجاح أى مشروع ، كما أنه الأساس لتطوير أى منشأة رياضية ، ولذلك عند التفكير فى بناء المنشأة الرياضية لابد من إعداد الدراسة الخاصة بالجدوة الأقتصادية للمشروع وتوفير الميزانية اللازمة لبناء هذه المنشأة.

٣- الإدارة:

وهى نشاط خدمى يؤثر فى جميع المجالات ، ويمكن القول عنها أنها فن التعامل مع الآخرين أو فن توجيه النشاط الإنسانى.

وهناك مجموعة من الشروط التى يجب مراعاتها فى إدارة المنشأت الرياضية وهى:

أن يوجد نظام لإستخدام المنشأة ويحدد ساعات الأستخدام والقيادة المتخصصة وفقاً للنشاط.

أن يتوفر فى المنشأة عدد من الكفاءات الوظيفية التى تتناسب مع طبيعة العمل والأهداف المرجوة.

قيام المشرف بإعداد تقرير دورى للمنشأة.

وجود لائحة داخلة تحدد الثواب والعقاب والبرنامج الزمنى.

٤- الجانب الجمالى:

حيث يعتبر من أحد الجوانب الأساسية فى المنشأة الرياضية وزيادة الجذب عليها وبالتالى تسويقها والأستفادة منها ، وهناك مجموعة من الإعتبارات التى يجب مراعاتها فى الجانب الجمالى للمنشأة الرياضية منها:

الإنسجام التام بين الطبيعة والتصميم الجيد للمنشأة.

التناسق اللونى للمنشأة.

ملأ الفراغات بالمساحات الخضراء.

الترابط التصميمى داخل الصالات والأرضيات.

٥- الخدمات الصحية:

وهى تعد من أهم العوامل التى تؤثر فى جودة المنشأة ، وبدون توافر الحد الأدنى من الخدمة الصحية الجيدة داخل المنشأة الرياضية تتعرض تلك المنشأة للعديد من المشاكل.

فمراعاة العديد من الجوانب الصحية والتى تتمثل فى درجة الحرارة والصوت والرطوبة تؤثر يشكل فعال فى كفاءة المنشأة فمثلاً يجب أن تتميز أرضية الملعب بجوانب صحية معينة وكذلك الحمامات وغرف خلع الملابس والوان الجدران....ألخ ، وتوافر الخدمات يعد ترف بل هو واجب أساسى.

٦- الجانب الإعلامى:

هو عبارة عن توصيل مجموعة من المعلومات من مرسل الى مستقبل بغرض التاثير فى رأيه وتغيير سلوكه، وهناك مجموعة من الإعتبارات التى يجب مراعاتها فى الجانب الإعلامى أهمها :-

وجود خريطة إعلامية أو إر شادية للمنشأة الرياضية.

وجود لوحة للإعلانات داخل المنشأة.

توافر وسائل الإتصال الحديثة.

توفر إمكانات الأتصال السلكية واللاسلكية.

توافر مكان لنقل الأخبار العالمية والمحلية بصورة فورية( ٣٥: ١٠ )( ٢٥: ٥٠٥)

مقارنة بين المنشآت الرياضية الحكومية والمنشآت الرياضية الأهلية:

نلخص من خلال إطلاعه على اللائحة الخاصة بالمنشآت الرياضية قرار ١٢٧ لسنة ٢٠٠٧م واللائحة الخاصة بالأندية الرياضية قرار ٨٥ لسنة ٢٠٠٨م عمل مقارنة بين المنشآت الرياضية الحكومية والمنشآت الرياضية الأهلية لتوضيح الإيجابيات والسلبيات ووضع المقترحات والحلول للنهوض بالمنشآت الرياضية الحكومية والأهلية وذلك كما في الجدول التالي:

## جدول رقم (١)

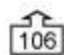
## مقارنة بين المنشآت الرياضية الحكومية والمنشآت الرياضية الأهلية

| وجه المقارنة | المنشآت الرياضية الحكومية | المنشآت الرياضية الأهلية |
|---|---|---|
| **أولا: من حيث التبعية:** | **- هي المنشآت الرياضية التي أقامتها وأنشأتها الدولة متمثلة في وزارة الشباب سابقا أو المجلس القومي للرياضة أو وزارة الدولة لشئون الرياضة حالياً.** | **- هي المنشآت التابعة للهيئات الأهلية الرياضية مثل (الأندية الرياضية، اللجان الرياضية، مناطق الاتحادات وغيرها من المنشآت...)** |
| **ثانياً: من حيث اللائحة المنظمة لعمل المنشآت** | **- يطبق على هذه المنشآت لائحة القواعد المنظمة لإدارة تشغيل المنشآت الرياضية وملحقاتها والمعمول بها حاليا بقرار رئيس المجلس القومي للرياضة رقم ١٢٧ لسنة ٢٠٠٧م ويسرى العمل به حتى تاريخه.** | **- يطبق على هذه المنشآت الأهلية لائحة النظام الأساسي للأندية الرياضية والمعمول بها حالياً بقرار رئيس المجلس القومي للرياضة رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠٨ ويسري العمل به حتى تاريخه.** |
| **ثالثاً: من حيث الإدارة:** | **-تقع إدارة هذه المنشآت تحت إشراف مديريات الشباب والرياضة وذلك من جميع الوجوه الفنية والمالية والإدارية والتنظيمية بواسطة جهاز وظيفي يصدر قرار بتعيينه من مدير مديرية الشباب والرياضة بالمحافظة الواقع في نطاقها هذه المنشآت.** | **- تقع إدارة هذه المنشآت الرياضية تحت إشراف مجالس إدارة الهيئات الرياضية والأندية، ويعين لها جهاز وظيفي يصدر قرار بتعيينه من مجلس إدارة الهيئة الرياضية الأهلية، وتخضع هذه الهيئات تحت إشراف ورقابة مديريات الشباب والرياضة من النواحي الإدارية والمالية.** |

| رابعاً: من حيث النواحي المالية: | - يتم توريد جميع إيرادات المنشآت الحكومية المشار إليها بالوحدة الحسابية بالمديرية (تحت حساب دائن باسم وزارة الدولة لشئون الرياضة) ويتم الصرف من الإيرادات على إدارة التشغيل وصيانة وتطوير هذه المنشآت ولا يجوز الصرف منها إلا في الأغراض المخصصة لتلك المنشآت وفق القواعد الواردة بقرار 127 لسنة 2007 المنظم لعمل المنشآت الرياضية وملحقاتها. | - يتم توريد جميع إيرادات المنشآت الأهلية بالحساب الخاص بالنادي أو الهيئة وذلك بأحد المصارف التي تأذن به الجهة الإدارية المختصة (مديرية الشباب والرياضة)، ويتم الصرف من إيرادات المنشآت بموافقة مجلس الإدارة المختص طبقاً للائحة الداخلية المنظمة للعمل بالنادي وقرارات مجلس الإدارة ووفقاً لأحكام لائحة النظام الأساسي للأندية الرياضية الواردة بالقرار رقم 85 لسنة 2008م. |
|---|---|---|



| خامساً : من حيث المعوقات التي تواجهها | من أهم المعوقات التي تواجه المنشآت الرياضية الحكومية هي:<br>- قله الدعم الحكومي الموجه إليها وعدم المساواة في الدعم بين المنشآت الرياضية المختلفة.<br>- القصور الشديد باللوائح والقوانين المعمول بها خاصة المتعلق بتنمية الموارد والاستثمار والتمويل الذاتي لهذه المنشآت.<br>- لا يوجد قانون خاص بكيفية الاستثمار في المنشآت الرياضية والأماكن التي يمكن الاستثمار فيها وكذلك السلبيات التي توجد بلائحة المنشآت التي لا تتيح حرية الاستثمار والتسويق في المنشآت الرياضية. | من أهم المعوقات التي تواجه المنشآت الرياضية الأهلية هي:<br>- عدم التوازن في توزيع الدعم الحكومي الموجة للأندية والمنشآت الأهلية بين المنشآت الكبرى والصغرى على الرغم أن الدعم الحكومي يجب أن يوجه إلى الأندية والمنشآت التي تعاني من قلة الموارد.<br>- القصور الموجود بلائحة النظام الأساسي بالأندية الرياضية والتي لا يتيح بمجالس الإدارات الاستثمار والتسويق بكافة جوانبه واستغلال الأماكن الشاغرة بهذه المنشآت ولا يوجد تسهيلات تجذب المستثمرين للاستثمار في هذه الأندية الأهلية. |
|---|---|---|



| سادساً: المقترحات والحلول : | | |
|---|---|---|
| سادساً: المقترحات والحلول : | - تغيير أو تعديل اللائحة الخاصة بالقواعد المنظمة لإدارة المنشآت الرياضية بما يواكب التطور الحادث في الرياضة واعتماد هذه المنشآت على التمويل الذاتي.<br>- تعديل القوانين والتشريعات الخاصة بالاستثمار في المنشآت الرياضية والتي تتيح إطلاق حرية الاستثمار والتسويق.<br>- استغلال الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية الحكومية في إقامة مشروعات خدمية منتجة.<br>- تدريب العاملين في المنشآت وتأهيلهم على الطرق الحديثة في الإدارة والاستثمار والتسويق والتمويل.<br>- استخدام وسائل الدعاية والإعلان وعمل مواقع الإلكترونية للمنشآت الرياضية الحكومية توضح الأماكن التي يمكن الاستثمار فيها.<br>- وضع آليات مستحدثة لجذب المستثمرين للاستثمار في المنشآت الرياضية وإنشاء إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة تكون قادرة على جذب المستثمرين ورعاية خطاب الاستثمار وعمل مشروعات خدمية وتجارية يكون عائدها في تطوير وصيانة المنشآت الرياضية والتوسع في إقامة منشآت حديثة. | - تغيير أو تعديل اللائحة الخاصة بالقواعد المنظمة للأندية الرياضية الأهلية بما يتفق مع مشاركة المجتمع المدني في الإستثمار والتمويل لهذه المنشآت.<br>- تعديل القوانين والتشريعات الخاصة بالأندية والمنشآت الأهلية لتوفيق أوضاعها والقضاء على المحاباة.<br>- إعداد صلاحيات لمجالس الإدارات للتوسع في إنشاء شركات مساهمة للأستثمار بالأندية لتنمية الموارد والأعتماد على التمويل الذاتي للتخفيف العبء المالي على كاهل الحكومة.<br>- عمل دورات تدريبية وإرشادية لإعداد وتقل المؤهلين بالمنشآت الأهلية وإنشاء إدارة للاستثمار والتسويق في الأندية الكبري تكون قادرة على الاستثمار المرافق والأماكن الشاغرة.<br>- استغلال شعارات الأندية والمنشآت في عمل وسائل الدعاية والإعلان وتأمين حقوق الملكية للأندية.<br>- عمل التسهيلات اللازمة أمام المستثمرين وإعطائهم الإعفاءات الضريبية والجمركية وتسهيل استخراج التصاريح اللازمة للاستثمار في هذه المنشآت. |

107

(١١: ٥، ٤٠) (١٢: ٤، ٥٠)

يعتبر هذا الكتاب أول كتاب يضع إستراتيجية لإستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات الصعيد حيث ربطت هذه الدراسة بين النهوض بالمنشآت الرياضية وبين الإستثمار فيها، وأوضحت كيف تتبنى المؤسسات والمنشآت الرياضية والشبابية الإستثمار والتسويق والتمويل الذاتى لإطلاق حرية الإستثمار وجذب المستثمرين إليها.

كما أوضحنا بوضع هيكل تنظيمى يبرز أهمية إدارة الإستثمار داخل الهيكل التنظيمي لمديريات الشباب والرياضة بمحافظات الصعيد وأيضاً بالمؤسسات والمنشآت الرياضية وتحديد مسئوليات وسلطات واختصاصات العاملين بها.

كما أكدنا على أهمية أساليب التمويل داخل الهيئات والمنشآت الرياضية والأسس العلمية لتسعير الخدمات بها وكذلك الأساليب التسويقية المختلفة لجذب المستثمرين.

## الفصل الثالث

المنهج:

استخدم الكاتب المنهج الوصفي (الدراسة المسحية) نظرا لملائمته لطبيعة الموضوع .

**المجتمع:**

يشتمل المجتمع علي العاملون بالإدارة المركزية للاستثمار بوزارتي الشباب والرياضة، ومكاتب وشركات الاستثمار، والعاملون بإدارات المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد، ورؤساء ومديري الأندية الرياضية ومراكز الشباب بمديريات الشباب والرياضة لمحافظات جنوب الصعيد وهي (سوهاج، قنا، الأقصر، أسوان).

**العينة:**

بلغت العينة (٣٢٢) من العاملون بالإدارة المركزية للاستثمار ومكاتب وشركات الاستثمار ومديري المنشآت الرياضية والفرعية، ورؤساء ومديري الأندية ومراكز الشباب بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد، وقد تم اختيارهم بالطريقة الطبقية العشوائية وذلك بخلاف العينة الاستطلاعية وعددهم (٣٠) والجدول التالي يوضح تصنيف المجتمع والعينة :

جدول (٢) تصنيف المجتمع والعينة

| م | المديرية | اندية رياضية | مراكز شباب | منشأت رياضية | إجمالي مجتمع البحث | إجمالي العينة | النسبة المئوية | تصنيف العينة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ١ | سوهاج | ٤١ | ١٧٠ | ٢٠ | ٢٣١ | ٨٤ | ٣٦.٤% | مديري المنشآت الرياضية، مديري الإدارات بمديريات الشباب، رؤساءأو مديري الأندية ومراكز الشباب، مديري المنشآت الفرعية. |
| ٢ | قنا | ٢٤ | ٢٣٤ | ١٢ | ٢٧٠ | ٩٥ | ٣٥.٢% | |
| ٣ | الأقصر | ١٥ | ٩٤ | ١٠ | ١١٩ | ٥٥ | ٤٦.٢% | |
| ٤ | أسوان | ٣٥ | ٢٤٣ | ١٥ | ٢٩٣ | ٥٨ | ١٩.٨% | |
| ٥ | الإدارة المركزية | - | - | - | ٥٠ | ٢٠ | ٤٠% | أعضاء الإدارة المركزية للاستثمار الرياضي |
| ٦ | مكاتب الاستثمار | - | - | - | ٧٠ | ١٠ | ١٤.٣% | أعضاء مكاتب وشركات الاستثمار الرياضي |

| المجموع | ١١٥ | ٧٤١ | ٥٧ | ١٠٣٣ | ٣٢٢ | %٣١.٣ | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

**- أدوات جمع البيانات :**

بغرض تحقيق الأهداف والإجابة عن تساؤلاته استعان الكاتب في جمع البيانات بالأدوات التالية:-

تحليل الوثائق : وقد تمثلت في الآتي :-

تحليل المراجع والدراسات والبحوث العلمية المتخصصة في مجال الإدارة العامة والإدارة الرياضية والاستثمار والتسويق والتمويل الرياضي .

حيث قام الكاتب بتحديد محاور استمارات الاستبيان وذلك من خلال التحليل المرجعي للعديد من الدراسات والأبحاث والمراجع العلمية وذلك لتصميم استمارات استبيان واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب بجمهورية مصر العربية وأساليب التمويل والأسس العلمية .

تحليل اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالمنشأت الرياضية والأندية والاختصاصات بوزارتي الرياضة والشباب وذلك لتصميم استمارات استبيان اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد .

**- الاستبيان :**

قام الكاتب بتصميم خمسة استمارات استبيان بغرض تحقيق الأهداف والإجابة عن تساؤلاته كأداه لجمع البيانات من خلال الآتي :-

تصميم استمارة استبيان للتعرف علي واقع خطط الاستثمار بوازرتي الرياضة والشباب.

تصميم استمارة استبيان للتعرف علي أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمحافظات جنوب الصعيد.

تصميم استمارة استبيان للتعرف علي الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالهيئات الرياضية والشبابية٠

تصميم استمارة استبيان للتعرف علي اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

تصميم استمارة استبيان للتعرف علي الإستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

أولا : استمارة الاستبيان الأولي

- واقع خطط الاستثمار بوازرتي الرياضة والشباب:

بهدف التعرف علي الواقع الحالي لخطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب، وبعد تحديد الهدف قام الكاتب بالخطوات التالية:

١- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان :

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب في صورتها المبدئية من خلال الإطلاع علي بعض المراجع والدراسات المتخصصة في الأدارة والإدارة الرياضية والاستثمار والتسويق والتمويل الرياضي .

٢- عرض المحاور علي الخبراء :

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة واقع خطط الاستثمار في صورتها المبدئية وتم عرضها على السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبراء مرفق (١) بهدف الوصول إلى مدى مناسبة المحاور وكفايتها، حيث لجأ الكاتب إلى السادة الخبراء للتعرف على:

مدى مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية.

تعديل أو حذف أو إضافة ما يراه الخبير من محاور رئيسية.

وبعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء، قام الكاتب بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول التالى:

جدول (٣)الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في محاور استمارة واقع خطط الاستثمار (ن=١٠)

| م | المحـــــــــور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | الجوانب القانونية والتشريعية | ١٠ | ١٠٠ |
| ٢ | الجوانب الإدارية | ٩ | ٩٠ |
| ٣ | الجوانب الفنية | ٨ | ٨٠ |
| ٤ | جوانب الوعى بالإستثمار الرياضى | ٩ | ٩٠ |
| ٥ | جوانب الوعى بالسياسة الرياضية | ١٠ | ١٠٠ |
| ٦ | جوانب متعلقة بالجمهور | ٥ | ٥٠ |
| ٧ | جوانب متعلقة بالجهة الإدارية والرقابية | ٦ | ٦٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة واقع خطط الاستثمار قد تراوحت ما بين ( ٥٠% : ١٠٠ % ) ولقد ارتضي الكاتب نسبة ٧٠ % فأكثر من أراء السادة الخبراء .

وعلي هذا فقد تم التوصل إلي عدد خمسة محاور لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب في صورتها النهائية (مرفق ٢) وهي: (الجوانب القانونية والتشريعية – الجوانب الإدارية - الجوانب الفنية – جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي – جوانب الوعي بالسياسة الرياضية).

٣- إعداد عبارات الاستبيان:

فى ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قام الكاتب بدراسة كل محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور مسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات المرتبطة الخاصة بالاستثمار والتسويق الرياضي .

وتم إعداد استمارة الاستبيان فى صورتها المبدئية، ثم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف على مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة.

والجدول التالي يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة لواقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب طبقا للآتي :

جدول (٤) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات استمارة

واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب (ن=١٠)

| م | المحـــــور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الأول :- الجوانب القانونية والتشريعية :- | | |
| ١ | لا توجد قوانين ولوائح خاصة تشجع على أستثمار المنشأت الرياضية والشبابية . | ٩ | ٩٠ % |
| ٢ | لا توجد تسهيلات تشجع المستثمرين على الإستثمار فى المنشأت الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | التسهيلات التي تقترحها ( تسهيلات جمركية – تسهيلات ضريبية ) . | ٥ | ٥٠ % |
| ٤ | لا توجد قوانين خاصة بكيفية المعاملة مع الإستثمار فى المنشأت الرياضية والشبابية . | ٨ | ٨٠ % |

| ٥ | لا توجد لوائح تنظيم العمل الإستثمارى بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٦ | لا توجد قرارات وزارية تتيح أستثمار مرافق المنشأت الشبابية والرياضية . | ٨ | ٨٠ % |
| ٧ | لا يوجد نص تشريعى فى اللوائح المنظمة لعمل المنشأت يحمى التسويق الرياضى. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٨ | توجد لوائح وقوانين ثابتة تحمى المنشأت الرياضية والمستثمرين من المخالفات القانونية | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٩ | توجد صيغة عقود مبرمة واضحة تضمن حق المستثمر والمنشأة | ٩ | ٩٠ % |
| | المحور الثانى : الجوانب الإدارية :- | | |
| ١ | لا توجد إدارة متخصصة لإصدار التصاريح الخاصة بالإستثمار بوزارتي الرياضة والشباب. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | الفترة الزمنية لإصدار تصاريح الإستثمار كبيرة. | ٨ | ٨٠ % |
| ٣ | لا توجد جهة حكومية لخدمة الإستثمار الرياضى أو إدارة للاستثمار بالمحافظات. | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٤ | لا توجد تسهيلات فى الإجراءات الإدارية الخاصة بالمستثمر. | ٨ | ٨٠ % |
|---|---|---|---|
| ٥ | توجد خطة أستثمارية بوازرتي الرياضة والشباب لا توضح المجالات التي يمكن الإستثمار فيها بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | توجد قاعدة من بيانات تساعد على أتخاذ القرار الإستثمارى فى بوزارتي الرياضة والشباب. | ٩ | ٩٠ % |
| ٧ | الإجراءات الإدارية من أهم المعوقات التى تواجه الإستثمار بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٨ | لا توجد معرفة بالخطوات اللازمة لكيفية الإستثمار بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ٨ | ٨٠ % |
| ٩ | توجد صعوبة في التعامل بين المستثمر والقائمين على إدارة المنشأت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| | المحور الثالث: الجوانب الفنية :- | | |
| ١ | توجد ندرة فى المتخصصين فى المجال الإستثمارى الرياضي. | ٩ | ٩٠ % |
| ٢ | هناك ضعف في المستوى الفنى داخل المنشأت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٣ | توجد خبرة علمية وعملية للرعاة فى أستثمار المنشأت الرياضية والشبابية. | ٧ | ٧٠ % |
|---|---|---|---|
| ٤ | توجد دراسات جدوى سابقة يمكن الإستفادة بها. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٥ | توجد بيانات كافية تساعد على إجراء دراسات جدوى سليمة. | ٨ | ٨٠ % |
| ٦ | هناك عدم دقة في البيانات والمعلومات التى يمكن الحصول عليها لتسهيل عملية الإستثمار. | ٩ | ٩٠ % |
| ٧ | التنبؤ بأن العائد المادى لإستثمار المنشأت الرياضة والشبابية غير مجدً. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٨ | توجد أفكار مطبقة يمكن الإستفادة منها فى الإستثمار الرياضى . | ١٠ | ١٠٠ % |
| | المحور الرابع : جوانب الوعى بالإستثمار الرياضى | | |

| م | العبارة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| ١ | لا يوجد وعى كافي لدي المستثمرين بأن المنشأت الرياضية والشبابية تعتبر مجال إستثمارى. | ٨ | ٨٠ % |
| ٢ | لا يوجد وعى كافي لدى المستثمرين بأهمية أستثمار مرافق وإمكانات المنشأت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | يوجد وعى بالدور الذى تلعبه المنشأت الرياضية والشبابية فى تنمية الفرد والمجتمع. | ٧ | ٧٠ % |
| ٤ | يوجد وعى بالرياضة كمصدر من مصادر الإستثمار والدخل للدولة والمؤسسات الرياضية | ٨٠ | ٨٠ % |
| ٥ | يوجد وعى غير كافي لدى المستثمرين بأهمية الإستثمار الرياضى مثل الإستثمار فى المجالات الأخرى. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | لا يوجد وعى بحقوق وواجبات المستثمر فى أستثمار أمكانات المنشأت الرياضية والشبابية . | ٩ | ٩٠ % |
| | المحور الخامس : جوانب الوعى بالسياسة الرياضية :- | | |

| ١ | توجد سياسة أستثمارية غير واضحة بوزارتي الرياضة والشباب . | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٢ | يوجد أهتمام بإستثمار المنشأت الرياضية والشبابية من الناحية الأقتصادية مثل المجالات الأخرى . | ٩ | ٩٠ % |
| ٣ | توجد سياسة أستثمارية لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية غير مفعلة. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | يوجد هدف واضح للدولة من وراء أستثمار المنشآت الرياضية والشبابية . | ٨ | ٨٠ % |
| ٥ | عرقلة المستثمرين والشركات الراعية يعوق تحقيق عائد كبير من جذب رؤوس الأموال للمنشآت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين (٥٠% إلى ١٠٠%)، وفى ضوء ذلك ارتضى الكاتب نسبة موافقة من ٧٠% فأكثر وتم استبعاد العبارات التى لم تحصل على هذه النسبة ، بالإضافة إلى تعديل صياغة بعض العبارات بناء على آراء السادة الخبراء، وقد تم حذف العبارة (٣) من محور (١) الجوانب القانونية والتشريعية وهي ( التسهيلات التي تقترحها – تسهيلات جمركية – تسهيلات ضريبية)، ولم يتم حذف أي عبارات أخري لباقي محاور الاستمارة.

وجدول التالي يوضح عدد عبارات الاستبيان الخاص بواقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب قبل وبعد العرض علي الخبراء .

جدول (٥)عدد عبارات الاستبيان الخاص

بواقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة و الشباب قبل وبعد العرض علي الخبراء

| م | المحـــــاور | عدد العبارات قبل العرض علي الخبراء | حذف | إضافة | عدد العبارات بعد العرض علي الخبراء |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ | الجوانب القانونية والتشريعية | ٩ | ١ | - | ٨ |
| ٢ | الجوانب الإدارية | ٨ | - | - | ٨ |
| ٣ | الجوانب الفنية | ٨ | - | - | ٨ |
| ٤ | جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي | ٦ | - | - | ٦ |
| ٥ | جوانب الوعي بالسياسة الرياضية | ٥ | - | - | ٥ |
| | المجموع | ٣٥ | ١ | - | ٣٤ |

٤- الدراسة الاستطلاعية للاستبيان الأول :

لاختبار وضوح عبارات الاستبيان قام الكاتب بإجراء دراسة استطلاعية وتطبيق استمارة الاستبيان الأول الخاصة بواقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب علي عينة قوامها(٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث في الفترة من ٢٠١٢/١/١٥م إلي ٢٠١٢/٢/٢م وتم اختيارها بالطريقة العشوائية وذلك بغرض:

التأكد من صحة صياغة العبارات مع تعديل العبارات الغامضة.

التعرف علي المشكلات التي يمكن أن تواجه الكاتب أثناء التطبيق.

إيجاد المعاملات العلمية للاستمارة (الصدق، والثبات).

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسبا من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي مشكلات أو تعليقات توحي بالغموض وعدم الفهم.

٥- المعاملات العلمية للاستمارة:

صدق الاستمارة:

استخدم الكاتب صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها(٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية، وذلك لحساب معامل الارتباط بين درجة كل محور والمجموع الكلي له وكذلك بين

درجات المحاور والمجموع الكلي للإستمارة كما توضحه الجداول من (٦ : ١٢).

جدول (٦ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول ( الجوانب القانونية والتشريعية ) ومجموع المحور لا ستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب (ن=٣٠)

| م | العبــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا توجد قوانين ولوائح خاصة تشجع على أستثمار المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٤٠ | ١.٦٩ | ٠.٨٢ |
| ٢ | لا توجد تسهيلات تشجع المستثمرين على الإستثمار فى المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٣٣ | ١.٤٩ | ٠.٧٨ |
| ٣ | لا توجد قوانين خاصة بكيفية المعاملة مع الإستثمار فى المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٢٠ | ١.٥٢ | ٠.٧٤ |
| ٤ | لا توجد لوائح تنظيم العمل الإستثمارى بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٥ |
| ٥ | لا توجد قرارات وزارية تتيح أستثمار مرافق المنشأت الشبابية والرياضية. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧٥ |

| ٦ | لا يوجد نص تشريعى فى اللوائح المنظمة لعمل المنشأت يحمى التسويق الرياضى. | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٧٣ |
|---|---|---|---|---|
| ٧ | توجد لوائح وقوانين ثابتة تحمى المنشأت الرياضية والمستثمرين من المخالفات القانونية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٤ |
| ٨ | توجد صيغة عقود مبرمة واضحة تضمن حق المستثمر والمنشأة . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٧٥ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٦) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول (الجوانب القانونية والتشريعية) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٣: ٠.٨٢) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (٧ ) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني ( الجوانب الإدارية )

ومجموع المحور لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوازرتي الرياضة والشباب (ن=٣٠)

| م | العبـــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا توجد إدارة متخصصة لإصدار التصاريح الخاصة بالإستثمار بالمجلس القومى للرياضة والمجلس القومى للشباب. | ٣.٥٣ | ١.٦٦ | ٠.٨١ |
| ٢ | الفترة الزمنية لإصدار تصاريح الإستثمار كبيرة. | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٣ |
| ٣ | لا توجد جهة حكومية لخدمة الإستثمار الرياضى أو إدارة للاستثمار بالمحافظات | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٣ |
| ٤ | لا توجد تسهيلات فى الإجراءات الإدارية الخاصة بالمستثمر. | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٧٥ |
| ٥ | توجد خطة أستثمارية بوزارتي الرياضة والشباب لا توضح المجالات التي يمكن الإستثمار فيها بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٥٣ | ١.٦٦ | ٠.٧٨ |
| ٦ | توجد قاعدة من بيانات تساعد على أتخاذ القرار الإستثمارى بوزراتي الرياضة والشباب | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٧٠ |
| ٧ | الإجراءات الإدارية من أهم المعوقات التى تواجه الإستثمار بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٣ |

| ٨ | لا توجد معرفة بالخطوات اللازمة لكيفية الإستثمار بالمنشأت الرياضية والشبابية | ٣.٣٣ | ١.٦<br>٧ | ٠.٧<br>٥ |
|---|---|---|---|---|
| ٩ | توجد صعوبة في التعامل بين المستثمر والقائمين على إدارة المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٣٣ | ١.٥<br>٨ | ٠.٧<br>٤ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٧) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني (الجوانب الإدارية) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٠: ٠.٨٣) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (٨ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث ( الجوانب الفنية )

ومجموع المحور لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | توجد ندرة فى المتخصصين فى المجال الإستثمارى الرياضى. | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٥ |
| ٢ | هناك ضعف في المستوى الفنى داخل المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٤ |
| ٣ | توجد خبرة علمية وعملية للرعاة فى أستثمار المشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٨٠ |
| ٤ | توجد دراسات جدوى سابقة يمكن الإستفادة بها. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٦ |
| ٥ | توجد بيانات كافية تساعد على إجراء دراسات جدوى سليمة. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٢ |
| ٦ | هناك عدم دقة في البيانات والمعلومات التى يمكن الحصول عليها لتسهيل عملية الإستثمار. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٧١ |
| ٧ | التنبؤ بأن العائد المادى لإستثمار المنشأت الرياضة والشبابية غير مجدً. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧٥ |

| ٨ | توجد أفكار مطبقة يمكن الإستفادة منها فى الإستثمار الرياضى. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٧١ |
|---|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٨) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث (الجوانب الفنية) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧١: ٠.٨٥) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (٩ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع

( جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي )

ومجموع المحور لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا يوجد وعى كافي لدي المستثمرين بأن المنشأت الرياضية والشبابية تعتبر مجال إستثمارى. | ٣.٦٠ | ١.٥٩ | ٠.٧٩ |
| ٢ | يوجد وعى غير كافي لدى المستثمرين بأهمية أستثمار مرافق وإمكانات المنشأت الرياضية. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |

| ٣ | يوجد وعى غير كافي بالدور الذى تلعبه المنشأت الرياضية والشبابية فى تنمية الفرد والمجتمع. | ٣.٣٣ | ١.٤٩ | ٠.٧٢ |
|---|---|---|---|---|
| ٤ | يوجد وعى غير كافي بالرياضة كمصدر من مصادر الإستثمار والدخل للدولة والمؤسسات الرياضية. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٧٣ |
| ٥ | يوجد وعى غير كافي لدى المستثمرين بأهمية الإستثمار الرياضى مثل الإستثمار فى المجالات الأخرى. | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٧٥ |
| ٦ | لا يوجد وعى بحقوق وواجبات المستثمر فى أستثمار أمكانات المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٢ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٩) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع (جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٢ : ٠.٨١) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (١٠)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس ( جوانب الوعي بالسياسة الرياضية ) ومجموع المحور لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة و الشباب (ن=٣٠)

| م | العبـــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | توجد سياسة أستثمارية غير واضحة فى بوزارتي الرياضة والشباب. | ٣.٠٧ | ١.٥٣ | ٠.٧٦ |
| ٢ | يوجد أهتمام بإستثمار المنشأت الرياضية والشبابية من الناحية الأقتصادية مثل المجالات الأخرى. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٧٤ |
| ٣ | توجد سياسة أستثمارية لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية غير مفعلة. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧٨ |
| ٤ | يوجد هدف واضح للدولة من وراء أستثمار المنشآت الرياضية والشبابية | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٧٥ |
| ٥ | عرقلة المستثمرين والشركات الراعية يعوق تحقيق عائد كبير من جذب رؤوس الأموال للمنشآت الرياضية والشبابية. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٧٦ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (١٠ ) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس ( جوانب الوعي بالسياسة الرياضية ) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٤ : ٠.٧٨) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور .

جدول (١١) معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي

للاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب (ن=٣٠)

| م | المحـــــــــور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | الجوانب القانونية والتشريعية | ٢٦.٤٠ | ٩.٦٠ | ٠.٩٩ |
| ٢ | الجوانب الإدارية | ٣٠.٠٠ | ١١.١٨ | ٠.٩٩ |
| ٣ | الجوانب الفنية | ٢٦.٩٣ | ٩.٦٥ | ٠.٩٩ |
| ٤ | جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي | ٢٠.٥٣ | ٦.٩٩ | ٠.٩٨ |
| ٥ | جوانب الوعي بالسياسة الرياضية | ١٦.٤٧ | ٥.٨٥ | ٠.٩٦ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (١١) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستمارة تراوحت ما بين (٠.٩٦ : ٠.٩٩) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للاستمارة ككل.

ثبات الاستبيان :

استخدم الكاتب طريقة التطبيق واعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان، وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من المجتمع وخارج العينة الأساسية، وذلك بفاصل زمنى قدره (١٥) يوماً، وجدول (١٢) يوضح ذلك:

جدول(١٢) معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني

لمحاور استمارة واقع خطط الاستثمار (ن=٣٠)

| م | المحـــــاور | التطبيق الأول | | التطبيق الثاني | | قيمة ر |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | م | ع | م | ع | |
| ١ | الجوانب القانونية والتشريعية | ٢٦.٤٠ | ٩.٦٠ | ٢٥.٦٧ | ٩.١٦ | ٠.٩٩ |
| ٢ | الجوانب الإدارية | ٣٠.٠٠ | ١١.١٨ | ٢٩.١٣ | ١٠.٧٠ | ٠.٩٩ |
| ٣ | الجوانب الفنية | ٢٦.٩٣ | ٩.٦٥ | ٢٦.١٣ | ٩.٠٨ | ٠.٩٩ |

| ٤ | جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي | ٢٠.٥٣ | ٦.٩٩ | ١٩.٨٠ | ٦.٤٠ | ٠.٩٧ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ٥ | جوانب الوعي بالسياسة الرياضية | ١٦.٤٧ | ٥.٨٥ | ١٥.٨٧ | ٥.٤٥ | ٠.٩٧ |
| ٦ | الاستمارة ككل | ١٢٠.٣٣ | ٤٢.٧٧ | ١١٦.٦٠ | ٤٠.١٧ | ٠.٩٨ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (١٢) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (٠.٩٧ : ٠.٩٩) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.

- تطبيق الاستبيان الأول في صورته النهائية:

بعد أجراء المعاملات العلمية للاستبيان الأول والتحقق من صدق العبارات وثباتها وذلك باستبعاد العبارات غير الصادقة، استقر الاستبيان في صورته النهائية ( مرفق ٣) والمشتمل علي ( ٣٥) عبارة لعدد (٥) محاور لها .

الدراسة الأساسية :

قام الكاتب بتطبيق الاستبيان الأول في صورته النهائية على العينة الأساسية من العاملين بمديريات الشباب والرياضة

بمحافظات جنوب الصعيد (العينة) وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢/٢/٥ إلي ٢٠١٢/٣/١٥ م ، وفقا لميزان التقدير الثلاثي (أوافق - إلي حد ما – لا أوافق) وقد تم تصحيح الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة ( موافق) ٥ درجات والإجابة (إلي حد ما) ثلاث درجات والإجابة ( لا أوافق) درجة واحدة وتم تجميع البيانات وتنظيمها وجدولتها ومعالجتها إحصائية.

ثانياً: استمارة الاستبيان الثانية: أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:

بهدف التعرف علي أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد، بعد تحديد الهدف تمام الكاتب بالخطوات التالية :

١- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية في صورتها المبدئية من خلال الإطلاع علي بعض المراجع والدراسات المتخصصة في الإدارة والإدارة الرياضية والاستثمار والتسويق والتمويل الرياضي .

٢- عرض المحاور علي الخبراء:

تم عرض محاور أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية علي السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبير في صورتها المبدئية مرفق (١) وقد لجأ الكاتب إلي السادة الخبراء للتعرف علي :

مدي مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية.

تعديل أو حذف ما يراه الخبير من محاور رئيسية.

وبعد عرض الاستمارة علي السادة الخبراء قام الكاتب بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقا للجدول التالي :

جدول (١٣)الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأمراء السادة الخبراء وفي محاور
استمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية (ن = ١٠ )

| م | المحـــــــــــور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | دور المنشات الرياضية والشبابية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية. | ٩ | ٩٠ % |
| ٢ | دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضة والشبابية. | ٨ | ٨٠ % |
| ٣ | دور الوعي في التسويق الرياضي . | ٦ | %٦٠ |
| ٤ | دور الجهات الإدارية والرقابية علي المنشآت الرياضية . | ٥ | %٥٠ |

| ٥ | دور النواعي الفنية الخاصة بخبراء التمويل . | ٣ | ٣% |
|---|---|---|---|
| ٦ | دور الشركات الراعية والمدارس الرياضية . | ٤ | ٤٠% |
| ٧ | دور اللوائح المالية والقوانين الخاصة بالمنشآت . | ٥ | ٥٠% |
| ٨ | دور الاستثمار في المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل . | ٦ | ٦٠% |

يتضح من الجدول السابق (١٣) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية قد تراوحت ما بين ( ٣٠% : ١٠٠% ) ولقد ارتضي الكاتب نسبة ٧٠% فأكثر من أراء السادة الخبراء ، وعلي هذا قد تم التوصل إلي عدد ٢ محور لاستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية في صورتها النهائية. مرفق (٤) وهما:

دور المنشآت الرياضية والشبابية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية .

دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية .

وقد تم حذف باقي المحاور لأنها لم تحظي بالنسبة المطلوبة وهي (٧٠% ) فأكثر من أراء السادة الخبراء.

٣- إعداد عبارات الاستبيان :

في ضوء نتائج أراء الخبراء حول المحاور المقترحة قام الكاتب بدراسة كل محور علي حدة وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور مسترشدا ببعض المراجع العلمية والدراسات المرتبطة .

وتم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية تم عرضها علي السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف علي مدي مناسبة العبارات المقترحة للمحاور وحذف العبارات غير المناسبة وأيضا إضافة أيه عبارات أخري مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة والجدول ( ١٤) يوضح النسبة المئوية لأراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة.

جدول (١٤) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول ( لاستمارة أساليب التمويل

في الهيئات الرياضية والشبابية) ومجموع المحور (ن=١٠)

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الأول: دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية: | | |

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | المنشآت الرياضية تهدف إلى أقامة البطولات المحلية والدولية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | المنشآت الرياضية تعمل على الإستثمار المالى والبشرى لموارد البيئة المحيطة . | ٩ | ٩٠ % |
| ٣ | الأماكن الشاغرة فى المنشآت الرياضية لا تستغل لزيادة التمويل والتسويق والاستثمار. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | المنشآت الرياضية تستغل العائد المادى لأعمال الصيانة والتجديدات. | ٨ | ٨٠ % |
| ٥ | لا يوجد بالمنشآت الرياضية نظام يعمل على جذب الأفراد والمستثمرين. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | يوجد بالمنشآت الرياضية إداريون متخصصون فى تسويق المنشأت الرياضية. | ٧ | ٧٠ % |

تابع جدول (١٤) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني
( لاستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية )
ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ٧ | أعداد الأخصائيين الرياضيين لايتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠ % |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ٨ | يتم استغلال الملاعب داخل المنشات الرياضية لأكثر من نشاط رياضي. | ٨ | ٨٠% |
| ٩ | السعة الاستيعابية للمنشأة محددة لاستغلالها الجيد أثناء عمل البطولات والمباريات. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٠ | الملاعب المفتوحة في المنشآت الرياضية لا يتم تسويقها محلياً وعالمياً لزيادة التمويل | ٧ | ٧٠% |
| ١١ | يفضل في اختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية في زيادة التمويل الذاتي | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٢ | يحصل المدربين علي مكافأت رمزية مقابل أعمالهم . | ٤ | ٤٠% |
| | المحور الثاني : دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية : | | |
| ١ | لا يوجد نص تشريعى من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومى للمنشآت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٢ | لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية. | ٨ | ٨٠% |
|---|---|---|---|
| ٣ | يوجد أهتمام من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى. | ٨ | ٨٠% |
| ٥ | القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية لا تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشأت . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومى عام بعد عام للمنشأت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٧ | يفضل فى أختيار مديرى المنشأت أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى . | ٩ | ٩٠% |
| ٨ | ضرورة الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٩ | الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفى بالاحتياجات المالية . | ٧ | ٧٠% |
|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من الجدول (١٤) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين ( ٤٠ % : ١٠٠ %) وفي ضوء ذلك ارتضي الكاتب نسبة ٧٠ % فأكثر وتم استبعاد العبارات التي لم تحصل علي هذه النسبة بالإضافة إلي تعديل وصياغة بعض العبارات بناءا علي أراء السادة الخبراء حيث انه تم حذف عبارة واحدة رقم (١٢) ( يحصل المدربين علي مكافأت رمزية مقابل أعمالهم) من المحور الأول (دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية).

وجدول (١٥) يوضح عدد عبارات الاستبيان الخاص باستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية قبل وبعد العرض علي الخبراء .

جدول (١٥) عدد عبارات الاستبيان الخاص بأساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية قبل وبعد العرض علي الخبراء

| م | المحـــــــاور | عدد العبارات قبل العرض علي الخبراء | حذف | إضافة | عدد العبارات بعد العرض علي الخبراء |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ | دور المنشأت الرياضية والشبابية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية | ١٢ | ١ | - | ١١ |
| ٢ | دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية | ٩ | - | - | ٩ |
| | المجموع | ٢١ | ١ | - | ٢٠ |

٤- الدراسة الاستطلاعية للاستبيان الثاني:

لاختبار وضوح عبارات الاستبيان قام الكاتب بإجراء دراسة استطلاعية وتطبيق استمارة الاستبيان الثانية الخاصة بأساليب التمويل في الهيئات الشبابية والرياضية علي عينة قوامها(٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية في الفترة من ٢٠١٢/٢/٤م إلي ٢٠١٢/٢/٢٠م وتم اختيارها بالطريقة العشوائية وذلك بغرض:

- التأكد من صحة صياغة العبارات مع تعديل العبارات الغامضة.

- التعرف علي المشكلات التي يمكن أن تواجه الكاتب أثناء التطبيق.

- إيجاد المعاملات العلمية للاستمارة ( الصدق ، والثبات).

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسبا من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي مشكلات أو تعليقات توحي بالغموض وعدم الفهم.

٥- المعاملات العلمية للاستمارة:

صدق الاستمارة:

استخدم الكاتب صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٣٠) فرد من مجتمع

البحث ومن خارج العينة البحث الأساسية.

جدول (١٦) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول دور المنشآت الرياضية

كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية : ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | المنشآت الرياضية تهدف إلى أقامة البطولات المحلية والدولية. | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٨١ |
| ٢ | المنشآت الرياضية تعمل على الإستثمار المالى والبشرى لموارد البيئة المحيطة. | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٨٢ |
| ٣ | الأماكن الشاغرة فى المنشآت الرياضية لا تستغل لزيادة التمويل والتسويق والاستثمار. | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٠ |
| ٤ | المنشآت الرياضية تستغل العائد المادى لأعمال الصيانة والتجديدات. | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٢ |
| ٥ | لا يوجد بالمنشآت الرياضية نظام يعمل على جذب الأفراد والمستثمرين. | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٣ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٦ | يوجد بالمنشآت الرياضية إداريون متخصصون فى تسويق المنشأت الرياضية. | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٢ |
| ٧ | أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٥ |
| ٨ | يتم استغلال الملاعب داخل المنشات الرياضية لأكثر من نشاط رياضي. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٢ |
| ٩ | السعة الاستيعابية للمنشأة محددة لاستغلالها الجيد أثناء عمل البطولات والمباريات. | ٣.٤٠ | ١.٤٣ | ٠.٦٧ |
| ١٠ | الملاعب المفتوحة فى المنشآت الرياضية لا يتم تسويقها محلياً وعالمياً لزيادة التمويل. | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٦٧ |
| ١١ | يفضل في اختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية في زيادة التمويل الذاتي. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧١ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (١٦) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٦٧ : ٠.٨٣ ) ( وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

جدول ( ١٧ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني: دور التمويل الحكومي والأهلي

كمصدر من مصادر التمويل ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا يوجد نص تشريعى من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومى للمنشآت الرياضية . | ٣.٦٧ | ١.٥٢ | ٠.٧٩ |
| ٢ | لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية . | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٤ |
| ٣ | يوجد أهتمام من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية | ٣.٣٣ | ١.٦٧ | ٠.٨٢ |

| ٤ | يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى. | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨١ |
|---|---|---|---|---|
| ٥ | القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشأت. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |
| ٦ | نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومى عام بعد عام للمنشأت الرياضية. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٤ |
| ٧ | يفضل فى أختيار مديرى المنشأت أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧٣ |
| ٨ | ضرورة الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة. | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٧١ |
| ٩ | الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفى بالاحتياجات المالية. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧١ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٤٤

يتضح من جدول (١٧) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧١ : ٠.٨٤) ( وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

- ثبات الاستبيان :

استخدم الكاتب طريقة التطبيق واعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان، وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من المجتمع وخارج العينة الأساسية، وذلك بفاصل زمنى قدره (١٥) يوماً وجدول (١٨) يوضح ذلك:

جدول( ١٨ )معامل الارتباط بين التطبيق الأول

والتطبيق الثاني لمحاور استمارة الاساليب (ن=٣٠)

| م | المحاور | التطبيق الأول | | التطبيق الثاني | | قيمة ر |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | م | ع | م | ع | |
| ١ | المحور الأول | ٣٦.٨٧ | ١٣.٢٧ | ٣٥.٩٣ | ١٣.٠٠ | ٠.٩٩ |
| ٢ | المحور الثاني | ٣١.٤٧ | ١٠.٧٣ | ٣٠.٤٠ | ١٠.٦٠ | ٠.٩٨ |
| ٣ | الاستمارة ككل | ٦٨.٣٣ | ٢٣.٨٢ | ٦٦.٣٣ | ٢٣.٣٨ | ٠.٩٩ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (١٨) أن معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين ( ٠.٩٨ : ٠.٩٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي (٠.٠٥) مما يشير إلي ثبات الاستمارة .

- تطبيق الاستبيان الثاني في صورته النهائية :

بعد إجراء المعاملات العلمية للاستبيان الثاني والتحقق من صدق العبارات وثباتها وذلك باستبعاد العبارات غير الصادقة) إستقر الاستبيان في صورته النهائية ( مرفق ٥) والمشتمل علي (٢٠) عبارة لعدد (٢) محور.

- الدراسة الأساسية:

قام الكاتب بتطبيق الاستبيان الثاني في صورته النهائية علي أفراد العينة الأساسية من العاملين بمديريات الشباب والرياضية بمحافظات جنوب الصعيد (سوهاج – قنا – الأقصر – أسوان) وعينة من الإدارة المركزية للاستثمار ومكاتب وشركات الاستثمار وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢/٣/٢٠ م إلي ٢٠١٢/٤/٣٠م، وفقا لميزان التقدير الثلاثي ( أوافق – إلي حد ما – لا أوافق).

وقد تم تصحيح الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة ( أوافق) خمس درجات والإجابة (إلي حد ما) ثلاث درجات والإجابة ( لا أوافق) درجة واحدة وتم تجميع البيانات وتنظيمها وجدولتها ومعالجتها إحصائيا.

ثالثا: الاستمارة الثالثة:الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشات الرياضية والشبابية:

بهدف التعرف علي الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشات الرياضية والشبابية وبعد تحديد الهدف قام الكاتب بالخطوات التالي :

تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان :

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأة الرياضية في صورتها المبدئية من خلال الإطلاع عي بعض المراجع والدراسات في الإدارة والإدارة الرياضية والاستثمار والتسويق والتمويل الرياضي .

عرض المحاور علي الخبراء :

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة الأسس العليمة لتسعير الخدمات بالمنشات الرياضية والشبابية ثم عرضها علي السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبراء مرفق (١) للتعرف علي :

مدي مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية.

تعديل أو حذف ما يراه الخبير من محاور رئيسية.

تعديل أو حذف أو إضافة أي محاور أخري.

جدول (١٩)الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأراء السادة الخبراء وفي محاور

استمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشات الرياضية من الشبابية( ن = ١٠ )

| م | المحـــور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | تحديد السعر ( السياسة التسعيرية). | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | احتياجات المستهلك. | ٨ | ٨٠% |
| ٣ | تغطية السعر للتكلفة. | ٩ | ٩٠% |
| ٤ | توفير نسبة من الربح يعد التكلفة. | ٩ | ٩٠% |
| ٥ | السعر بعد خصم الضريبة. | ٤ | ٤٠% |
| ٦ | أسعار الدعاية والإعلان بالمنشأت الرياضية. | ٥ | ٥٠% |

يتضح من الجدول السابق (١٩) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشات الرياضية والشبابية تراوحت بين ( ٤٠ % - ١٠٠ %) ولقد ارتضي الكاتب نسبة ٧٠ % فأكثر أراء السادة الخبراء وعلي هذا فقد تم التوصل إلي عدد (٤) محور لاستمارة الأسي العلمية في صورتها النهائية وهما :-

تحديد السعر (السياسية التسعيرية).

احتياجات المستهلك.

تغطية السعر للتكلفة.

توفير نسبة من الربح بعد التكلفة.

٣- إعداد عبارات الاستبيان :

في ضوء نتائج أراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قام الكاتب بدراسة كل محور علي حدة وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور، مستر شدا ببعض المراجع العلمية والدراسات المرتبطة وتم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية ثم عرضها علي السادة الخبراء

وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجميع البيانات والتعرف علي مدي مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضا إضافة أي عبارات أخري مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة والجدول (٢٠) يوضح النسبة المئوية لأراء الخبراء حول مناسبة العبارات

المقترحة لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية:

جدول (٢٠) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأراء الخبراء في عبارات

استمارة الأسس العلمية لتسعيرالخدمات بالمنشات الرياضية والشبابية ( ن = ١٠ )

| م | المحاور والعبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الأول : تحديد السعر (السياسة التسعيرية) | | |
| ١ | ضرورة أن تحدد أسعار خدمات المنشآت على أسس وطرق علمية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | ضرورة أن تحدد أسعار الخدمات بناءاً على حاجات ورغبات وطلبات المترددين على المنشآت. | ٩ | ٩٠ % |
| ٣ | ضرورة أن يتم وضع الأسعار بما يتناسب مع الظروف الأقتصادية والأجتماعية المحيطة. | ١٠ | ١٠٠% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ٤ | ضرورة أن يتم وضع تضع المنشأة أستراتيجيات التسعير بما يتناسب مع الموقف التسويقى. | ٨ | ٨٠ % |
| ٥ | ضرورة أن إدارة المنشأة تحدد السياسات التسعيرية بما يتناسب مع جودة الخدمة والمنافسة. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | الأهتمام بعمل دراسات تسعيرية مع مراكز متخصصة فى التسويق. | ٨ | ٨٠ % |
| ٧ | ضرورة أن تتناسب الأسعار فى المنشأت الرياضية مع دخل معظم طبقات المجتمع. | ٩ | ٩٠ % |
| ٨ | ضرورة أجراء دراسات علمية فى مجال تسعير الخدمات لوضع معايير لتحديد الحد الأعلى الذى لا يجوز زيادة الأسعار عنه. | ١٠ | ١٠٠% |
| | المحور الثاني: أحتياجات المستهلك | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة أن يجب ان تحدد الخدمات بالمنشآت بناءاً على حاجات ورغبات وطلبات المستهلك. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | يبنى مزيج الأسعار على دراسة متأينة للعوامل المؤثرة كالعرض والطلب وقدرة المستهلك على الدفع. | ٩ | ٩٠ % |
| ٣ | عدم الدقة فى تحديد الأسعار سلاح ذو حدين إما أن يفقدك عملك أو يفقدك ربحك. | ٧ | ٧٠ % |
| ٤ | التسعير يعنى تبادل الخدمة بين العميل أو المستهلك بنقوده وبين مقدم الخدمة أو المنشأة. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | ضرورة عمل موازنة بين المنافع التى يحصل عليها المستهلك وبين القيم النقدية التى يدفعها. | ١٠ | ١٠٠% |
| | المحور الثالث : تغطية السعر للتكلفة | | |
| ١ | ضرورة أن يجب أن تتناسب سعر الخدمة المقدمة مع سعر تكلفة المنشأت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠% |

| م | العبارة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| ٢ | تختلف أسعار الخدمات بالمنشأت الرياضية حسب المكان ونوع المنشأة. | ٩ | ٩٠ % |
| ٣ | أسعار المنشأت الرياضية الكبرى يختلف سعرها عن المنشأت الصغرى. | ٨ | ٨٠ % |
| ٤ | سعر الخدمة بالمنشأت الرياضية يراعى سعر التكلفة للخدمة المقدمة. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | ضرورة أن أن تغطى إدارة المنشأت سعر التكلفة الباهظة للمنشأت من خلال اللائحة المالية. | ٩ | ٩٠ % |
| ٦ | ضرورة الأهتمام بإستمرارية الخدمة الرياضية عن طريق مناسبة سعر الخدمة المقدمة مما لايؤثر على نسبة الربح. | ١٠ | ١٠٠% |
| | المحور الرابع: توفير نسبة من الربح بعد التكلفة: | | |
| ١ | ضرورة أن يجب توفير نسبة ربح بعد تغطية تكلفة الخدمة المقدمة يضمان الإستمرارية. | ١٠ | ١٠٠% |

| ٢ | توفير نسبة ربح يساعد فى التحديث والتطوير للمنشأت. | ٩ | ٩٠ % |
|---|---|---|---|
| ٣ | توفير نسبة ربح يساعد فى الإستثمار الأمثل للمنشأت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٤ | توفير نسبة ربح بعد حساب التكلفة يوفر مزايا مالية للعاملين تحقق الرضا الوظيفى. | ٨ | ٨٠ % |
| ٥ | ضرورة أن يجب أن يرتبط السعر بالجودة والقدرة الأدائية بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | يراعى فروق الأسعار بين المنشأت الحكومية والأهلية والخاصة مع عمل خصم. | ٧ | ٧٠ % |

يتضح من الجدول (٢٠) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان حصلت علي نسبة ( ٧٠ إلى ١٠٠%) وفي ضوء ذلك ارتضي الكاتب نسبة موافقة من ٧٠ % فأكثر.

وجدول (٢١) يوضح عدد عبارات الاستبيان الخاص بالأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية قبل وبعد العرض علي الخبراء.

جدول (٢١) عدد عبارات الاستبيان الخاص باستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات

بالمنشأت الرياضية والشبابية قبل وبعد العرض الخبراء

| م | المحـــــــاور | عدد العبارات قبل العرض علي الخبراء | حذف | إضافة | عدد العبارات بعد العرض علي الخبراء |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ | تحديد السعر | ٨ | - | - | ٨ |
| ٢ | احتياجات المستهلك | ٥ | - | - | ٥ |
| ٣ | تغطية السعر بعد التكلفة | ٦ | - | - | ٦ |
| ٤ | توفير نسبة من الربح بعد التكلفة | ٦ | - | - | ٦ |
| المجمـوع | | ٢٥ | - | - | ٢٥ |

الدراسة الاستطلاعية لاستمارة الاستبيان الثالثة :

لاختبار وضوح عبارات الاستبيان قام الكاتب بإجراء دراسة استطلاعية بتطبيق استمارة الاستبيان الثالثة الخاصة بالأسس العلمية التسعير الخدمات بالمنشات الرياضية والشبابية علي عينة قوامها (٣٠) قررت من مجتمع البحث ومن خارج العينة

الأساسية ولها نفس مواصفات العينة الأساسية في الفترة من ٢٠١٢/٢/٢٢م إلي ٢٠١٢/٣/٨م، وتم اختيارها بالطريقة العشوائية وذلك بغرض:

التأكد من صحة صياغة العبارات مع تعديل العبارات الغامضة.

التعرف علي المشكلات التي يمكن أن تواجد الكاتب أثناء التطبيق.

إيجاد المعاملات العلمية للاستمارة ( الصدق، الثبات).

وقد أظهرت نتائج الدراسة لاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسبا من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي مشكلات أو تعليقات توحي بالغموض أو عدم الفهم.

المعاملات العلمية للاستمارة :

معاملات صدق الاستبيان .

استخدام الكاتب صدق الاتساق الداخلي لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقيق من صدق الاستمارة للاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان علي مجموعة قوامها (٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية.

جدول (٢٢)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الاول ( تحديد السعر ) ومجموع المحور

لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية (ن=٣٠)

| م | العبـــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة أن تحدد أسعار خدمات المنشآت على أسس وطرق علمية . | ٣.٦٧ | ١.٦٠ | ٠.٧٩ |
| ٢ | ضرورة أن تحدد أسعار الخدمات بناءاً على حاجات ورغبات وطلبات المترددين على المنشآت | ٣.٦٧ | ١.٤٢ | ٠.٧٧ |
| ٣ | ضرورة أن يتم وضع الأسعار بما يتناسب مع الظروف الأقتصادية والأجتماعية المحيطة . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٨ |
| ٤ | ضرورة أن يتم وضع تضع المنشأة أستراتيجيات التسعير بما يتناسب مع الموقف التسويقى . | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧٩ |
| ٥ | ضرورة أن تحدد إدارة المنشأة السياسات التسعيرية بما يتناسب مع جودة الخدمة والمنافسة. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧٤ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٦ | ضرورة الأهتمام بعمل دراسات تسعيرية مع مراكز متخصصة فى التسويق. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٧٢ |
| ٧ | ضرورة تتناسب الأسعار فى المنشأت الرياضية مع دخل معظم طبقات المجتمع. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٦٩ |
| ٨ | ضرورة أجراء دراسات علمية فى مجال تسعير الخدمات لوضع معايير لتحديد الحد الأعلى الذى لا يجوز زيادة الأسعار عنه . | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٢ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٢٢) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٦٩ : ٠.٧٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي (٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

## جدول (٢٣)

## معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني ( احتياجات المستهلك ) ومجموع المحور

## لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ١ | ضرورة أن تحدد الخدمات بالمنشآت بناءاً على حاجات ورغبات وطلبات المستهلك. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٢ |
| ٢ | يبنى مزيج الأسعار على دراسة متأينة للعوامل المؤثرة كالعرض والطلب وقدرة المستهلك على الدفع. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٧٨ |
| ٣ | عدم الدقة فى تحديد الأسعار سلاح ذو حدين إما أن يفقدك عملك أو يفقدك ربحك | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧٤ |
| ٤ | التسعير يعنى تبادل الخدمة بين العميل أو المستهلك بنقوده وبين مقدم الخدمة أو المنشأة. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧٩ |

| ٥ | ضرورة عمل موازنة بين المنافع التى يحصل عليها المستهلك وبين القيم النقدية التى يدفعها. | ٣.٢<br>٠ | ١.٦١ | ٠.٧<br>٣ |
|---|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٢٣) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧٣ : ٠.٨٢ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٢٤ )

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث ( تغطية السعر للتكلفة ) ومجموع المحور

لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة أن تتناسب سعر الخدمة المقدمة مع سعر تكلفة المنشأت الرياضية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٩ |

| ٢ | تختلف أسعار الخدمات بالمنشأت الرياضية حسب المكان ونوع المنشأة. | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٢ |
|---|---|---|---|---|
| ٣ | أسعار المنشأت الرياضية الكبرى يختلف سعرها عن المنشأت الصغرى. | ٣.٩٣ | ١.٣٦ | ٠.٦٦ |
| ٤ | سعر الخدمة بالمنشأت الرياضية يراعى سعر التكلفة للخدمة المقدمة | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧٧ |
| ٥ | يجب أن تغطى إدارة المنشأت سعر التكلفة الباهظة للمنشأت من خلال اللائحة المالية . | ٣.٦٧ | ١.٥٢ | ٠.٧٦ |
| ٦ | ضرورة الأهتمام بإستمرارية الخدمة الرياضية عن طريق مناسبة سعر الخدمة المقدمة مما لايؤثر على نسبة الربح . | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٧١ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٢٤) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٦٦ : ٠.٧٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول ( ٢٥ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع

( توفير نسبة من الربح بعد التكلفة ) ومجموع المحور لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة توفير نسبة ربح بعد تغطية تكلفة الخدمة المقدمة يضمان الإستمرارية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |
| ٢ | توفير نسبة ربح يساعد فى التحديث والتطوير للمنشأت . | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٧٩ |
| ٣ | توفير نسبة ربح يساعد فى الإستثمار الأمثل للمنشأت الرياضية . | ٣.٨٠ | ١.٤٥ | ٠.٦٩ |
| ٤ | توفير نسبة ربح بعد حساب التكلفة يوفر مزايا مالية للعاملين تحقق الرضا الوظيفى. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٧٤ |
| ٥ | ضرورة أن يرتبط السعر بالجودة والقدرة الأدائية بالمنشأت الرياضية والشبابية | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧٣ |

| ٦ | يراعى فروق الأسعار بين المنشأت الحكومية والأهلية والخاصة مع عمل خصم | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٤ |
|---|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٢٥) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٦٩ : ٠.٨١) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

جدول (٢٦ )معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة (ن=٣٠)

| م | المحـــــــور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | تحديد السعر | ٢٧.٧٣ | ٩.١٥ | ٠.٩٨ |
| ٢ | احتياجات المستهلك | ١٦.٨٧ | ٥.٩٢ | ٠.٩٧ |
| ٣ | تغطية السعر بعد التكلفة | ٢١.٤٠ | ٦.٧٩ | ٠.٩٨ |
| ٤ | توفير نسبة من الربح بعد التكلفة | ٢٠.٧٣ | ٦.٨٨ | ٠.٩٩ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٢٦) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٩٧ : ٠.٩٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي(٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

ثبات الاستبيان :

استخدم الكاتب طريقة التطبيق واعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان، وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من المجتمع وخارج العينة الأساسية، وذلك بفاصل زمنى قدره (١٥) يوماً وجدول (٢٧) يوضح ذلك:

جدول(٢٧)معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لمحاور استمارة

الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية (ن=٣٠)

| م | المحـــاور | التطبيق الأول | | التطبيق الثاني | | قيمة ر |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | م | ع | م | ع | |
| ١ | المحور الأول | ٢٧.٧٣ | ٩.١٥ | ٢٧.٠٠ | ٨.٣٥ | ٠.٩٨ |
| ٢ | المحور الثاني | ١٦.٨٧ | ٥.٩٢ | ١٦.٣٣ | ٥.٠٧ | ٠.٩٤ |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ٣ | المحور الثالث | ٢١.٤٠ | ٦.٧٩ | ٢٠.٨٠ | ٦.٠٧ | ٠.٩٦ |
| ٤ | المحور الرابع | ٢٠.٧٣ | ٦.٨٨ | ٢٠.٢٠ | ٦.١٣ | ٠.٩٧ |
| ٥ | الاستمارة ككل | ٨٦.٧٣ | ٢٨.٢٩ | ٨٤.٣٣ | ٢٥.٠٦ | ٠.٩٨ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٢٦) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لمحاور استمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية تراوحت ما بين ( ٠.٩٤ : ٠.٩٨) مما يشير إلي ثبات الاستمارة.

- تطبيق الاستبيان الثالث في صورته النهائية:

بعد أجراء المعاملات العلمية للاستبيان الثالث والتحقق من صدق العبارات وثباتها وذلك باستبعاد العبارات غير الصادقة، استقر الاستبيان في صورته النهائية (مرفق ٧) والمشتمل علي (٢٥) عبارة لعدد (٤) محاور لها.

- الدراسة الأساسية:

قام الكاتب بتطبيق الاستبيان الثالث في صورته النهائية علي أفراد العينة الأساسية من العاملين بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد (العينة) وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢/٥/٥ إلي ٢٠١٢/٦/١٥ م، وفقا لميزان التقدي الثلاثي (أوافق - إلي حد ما – لا) وقد تم تصحيح الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة ( موافق ٥) درجات والإجابة (إلي حد ما) ثلاث درجات والإجابة ( لا أوافق) درجة واحدة وتم تجميع البيانات وتنظيمها وجدولتها ومعالجتها إحصائياً.

الاستمارة الرابعة: اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة:

بهدف التعرف علي اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة وبعد تحديد الهدف قام الكاتب بالخطوات التالية:

١- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة في صورتها المبدئية من خلال الإطلاع عي بعض المراجع والدراسات في الاستثمار والتسويق والتمويل.

٢- عرض المحاور علي الخبراء:

قام الكاتب بتحديد محاور اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة علي السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبراء مرفق (١) للتعرف علي:

مدي مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية.

تعديل أو حذف ما يراه الخبير من محاور رئيسية.

تعديل أو حذف أو إضافة أي محاور أخري.

جدول (٢٨)

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأراء السادة الخبراء

وفي محاور اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة ( ن = ١٠)

| م | المحـــــــــور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | اختصاصات إدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة. | ٩ | ٩٠% |
| ٢ | اختصاصات مدير إدارة الاستثمار. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | اختصاصات مدير المنشأت الرياضية. | ٩ | ٩٠% |

| ٤ | اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة. | ٩ | ٩٠% |
|---|---|---|---|
| ٥ | اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية. | ٨ | ٨٠% |
| ٦ | اختصاصات مدير البرامج والمشروعات. | ٨ | ٨٠% |
| ٧ | اختصاصات مديري المنشأت الفرعية. | ١٠ | ١٠٠% |

يتضح من الجدول السابق (٢٨) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة تراوحت بين ( ٨٠ % - ١٠٠ %) ولقد ارتضي الكاتب نسبة ٧٠ % فأكثر أراء السادة الخبراء وعلي هذا فقد تم اختيار جميع المحاور لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار إلي عدد (٧) محور وذلك في صورتها النهائية مرفق (٨) وهما:-

( اختصاصات إدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة، اختصاصات مدير إدارة الاستثمار، اختصاصات مدير المنشأت الرياضية، اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة، اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية، اختصاصات مدير البرامج والمشروعات، اختصاصات مديري المنشأت الفرعية).

٣- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج أراء الخبراء حول المحاور المقترحة ، قام الكاتب بدراسة كل محور علي حدة وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور، مستر شدا ببعض المراجع العلمية والدراسات المرتبطة وتم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية ثم عرضها علي السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجميع البيانات والتعرف علي مدي مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضا إضافة أي عبارات أخري مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة والجدول (٢٨) يوضح النسبة المئوية لأراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة لاستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشأت الرياضية والشبابية:

والجدول(٢٩) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

جدول (٢٩)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول لاستمارة اختصاصات العاملين

بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة ومجموع المحور ( ن = ١٠ )

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الأول : إدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة | | |
| ١ | لا توجد إدارة للاستثمار داخل مديرية الشباب والرياضة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | لا توجد إدارة أخري تقوم بعمل إدارة الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة. | ٨ | ٨٠ % |
| ٣ | القائمون بالعملية التسويقية داخل المؤسسة على غير درجة كبيرة من التأهيل. | ٨ | ٨٠ % |

| ٤ | لا يتم إجراء بحوث تسويقية للهيئات الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٥ | توجد مصادر تمويل للمؤسسة (حكومي – ذاتي). | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | لا توجد أساليب دعاية وإعلان لتسويق الخدمات الرياضية بالمنشآت. | ٩ | ٩٠ % |
| ٧ | تقوم المنشأة بتطوير الخدمات التي تقدم للمترددين. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٨ | توجد خطة لتطوير وتقديم الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |

تابع جدول (٢٩) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة ومجموع المحور ( ن = ١٠ )

| النسبة المئوية | التكرار | العبارات | م |
|---|---|---|---|
| | | المحور الثاني : اختصاصات مدير إدارة الإستثمار | |
| ١٠٠ % | ١٠ | العمل على توسيع قاعدة الإستثمار الرياضى فى رأس المال المادى والبشرى وإدارة وتطوير وصيانة المنشأت الرياضية. | ١ |
| ٩٠ % | ٩ | الأشراف على المنشأت الرياضية الواقعة فى نطاق المحافظة (الأستاد، الصالات، حمامات السباحة، فنادق الرياضيين، وحدات الطب الرياضى، صالات اللياقة البدنية، الملاعب المفتوحة ). | ٢ |
| ١٠٠ % | ١٠ | وضع الخطة الإستثمارية الإنشائية لتطوير المنشأت الرياضية فى الأستادات الرياضية والأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها . | ٣ |
| ٩٠ % | ٩ | التنسيق والمتابعة مع بنك الإستثمار القومى فيما يخص لخطة الأستثمارية للمنشأت الرياضية والشبابية فى المحافظة. | ٤ |
| ١٠٠ % | ١٠ | العمل على تسويق المنشأت الرياضية وتوفير فرص الرعاية الرياضية لمشروعات المجلس القومى للرياضة والشباب. | ٥ |

| ٦ | القيام بالعملية التخطيطية لبرامج وأنشطة الإستثمار المادية البشرية الخاصة بالمنشأت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٧ | دراسة وسائل وأليات التمويل الذاتى للمنشأت الرياضية بشكل متواصل وتحقيق أرباح لصالح هذه المنشأت. | ٨ | ٨٠ % |
| ٨ | وضع خطط الرقابة على إدارة جميع الموارد المتاحة بما يحقق الإستفادة القصوى من تلك الموارد وتحقيق مستوى جيد لأنشطة الصيانة والتطوير المستمر للمنشأت الرياضية | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٩ | وضع خريطة للمنشأت الرياضية فى نطاق المحافظة | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٠ | إنشاء قاعدة بيانات للمنشأت الرياضية تشمل ( تاريخ الإنشاء ، والسعة ، والقيمة المالية مزوداً بالصور | ٩ | ٩٠ % |
| ١١ | تدريب القائمين بالمنشأت الرياضية على الأساليب الحديثة للإنشاء والتطوير . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٢ | المتابعة الفنية والميدانية لكافة المشروعات الرياضية التى يتم تنفيذها والتأكد من مطابقاتها للمواصفات الفنية وإعداد التقارير الفنية وعرضها على الجهات المختلفة . | ١٠ | ١٠٠ % |

| ١٣ | وضع شروط ومواصفات وإعداد المقايسات التقديرية الخاصة بزراعة الملاعب | ٩ | ٩٠ % |
| --- | --- | --- | --- |
| ١٤ | المساهمة فى مشروعات حماية البيئة من التلوث وذلك عن طريق عمليات التشجير المكثفة وزراعة المسطحات فى المناطق المحيطة بالمنشأت الرياضية | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٥ | تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٦ | القيام بدور فعال فى تشجيع المجتمع المدنى والقطاع الخاص على إنشاء وإدارة المنشأت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٧ | تحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الإستثمارية والإنشائية بالتنسيق بما يحقق أعلى عائد أقتصادى . | ٩ | ٩٠ % |
| ١٨ | المتابعة الميدانية للمنشأت الرياضية من حيث الصيانة والتحديث . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٩ | وضع خطة لترويج المنشات الرياضية على مدار العام . | ٩ | ٩٠ % |
| ٢٠ | الأستعانة بخبراء أو المكاتب الأستثمارية فى وضع خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٢١ | تقدير التمويل اللازم للمشروعات والبرامج الرياضية وأقتراح مصادر التمويل . | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٢٢ | متابعة تنفيذ برامج الترويج وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية للبرامج الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| | المحور الثالث : اختصاصات مدير المنشآت الرياضية | | |
| ١ | الأشراف الكامل على جميع المنشأت الرياضية . | ٨ | ٨٠ % |
| ٢ | المحافظة على الملاعب والمنشأت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | الأشراف على أعمال الصيانة الدورية لجميع المرافق | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | تنفيذ سياسات المجلس القومى للرياضة والشباب فيما يتعلق بالمنشأت والمرافق . | ٨ | ٨٠ % |
| ٥ | مراقبة العمل بالمخازن من ناحية التنظيم والصرف والتمويل . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | كتابة تقارير دورية للعرض على مدير إدارة الإستثمار وأقتراح ما يجب عمله . | ٩ | ٩٠ % |

| ٧ | المرور المستمر على المرافق المختلفة وتبليغ مدير إدارة الإستثمار بالمخالفات التى يراها وأقتراح الحلول لها. | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٨ | الأشراف على عملية الفحص السنوى للأدوات والأجهزة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٩ | الأشراف على إعداد وتجهيز الملاعب والأدوات قبل بداية أى نشاط أو بطولة | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٠ | الأشراف على جميع الحدائق والنواحى الجمالية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١١ | أقتراح تعيين الفنيين والعمال . | ٩ | ٩٠ % |
| ١٢ | مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٣ | العمل على إعداد وتدريب الكوادر اللازمة لتشغيل الوحدات التابعة للمنشأت . | ١٠ | ١٠٠ % |

تابع جدول (٢٩)

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث لاستمارة اختصاصات العاملين

بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة ومجموع المحور ( ن = ١٠ )

| م | العبـــــــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١٤ | تحديد واجبات العمل لشاغلى الوظائف المختلفة بالمنشأت الرياضية ومراقبة إنجاز العمل المكلفين به وأعتماد مكافأتهم وفقاً لأيام التشغيل . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٥ | أعداد المقترحات الخاصة بتطوير العمل فى المنشأت الرياضية وتقديمها إلى مدير إدارة الإستثمار لدراستها ورفعها إلى المجلس القومى للرياضة | ٩ | ٩٠ % |
| ١٦ | عمل تقرير شهرى عن إيرادات ومصروفات المنشأت وتقويم العمل بصفة دورية | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٧ | أخطار مدير الإستثمار بأوجه القصور فى المنشأت للعمل على علاجها . | ١٠ | ١٠٠ % |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ١٨ | تحديد واجبات العاملين فى حالة حدوث الأزمات وتدريبهم على مواجهتها بما يضمن سلامة الأرواح والمنشأت . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٩ | تحديد الواجبات للعاملين والأجراءات التى يمكن أتخاذها فى حالة أصابة العاملين وممارسة الأنشطة فى المنشأت الرياضية | ٨ | ٨٠ % |
| ٢٠ | الأشراف على السجلات والمستندات المتصلة بشئون العمل والمحافظة عليها . | ٩ | ٩٠ % |
| ٢١ | التنسيق والمتابعة بين وحدات المنشأت والمديرية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢٢ | الأشراف على أعداد اللوحات التى تمكن المترددين من التعرف على وحدات الأستاد | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢٣ | الأشراف على أعداد البرامج وتنظيم مواعيد أستخدام المنشأت الرياضية | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢٤ | العمل على ترشيد أستخدام المياة والكهرباء والهاتف | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢٥ | الأشراف على وحدات المنشأت بما يكفل سلامتها. | ٩ | ٩٠ % |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ٢٦ | العمل على تكثيف ممارسة الأنشطة الرياضية فى وحدات المنشأت وتسويق استخدام مرافقه. | ١٠ | ١٠٠ % |
| | رابعا : مدير التسويق والعلاقات العامة | | |
| ١ | تحديد الخدمات التى سوف يتم تقديمها للأفراد والهيئات . | ٩ | ٩٠ % |
| ٢ | تحديد شروط الأنتفاع من الخدمات المقدمة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | تحديد وسائل الإعلان عن الخدمات المقدمة داخل المنشأت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | التعرف على حاجات ورغبات الأفراد المترددين والهيئات . | ٨ | ٨٠ % |
| ٥ | الأشراف على جودة الخدمات المقدمة للهيئات والأفراد . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | أجراء البحوث التسويقية المستمرة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٧ | تحديد وسائل ترويج الخدمات المقدمة . | ٨ | ٨٠ % |
| ٨ | وضع البرامج والخطط التسويقية . | ١٠ | ١٠٠ % |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ٩ | أشباع حاجات ورغبات الأفراد والهيئات وأحتياجاتهم | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٠ | التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها . | ٩ | ٩٠ % |

تابع جدول (٢٩) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع لاستمارة اختصاصات العاملين

بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة ومجموع المحور ( ن = ١٠ )

| م | العبـــــــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١١ | خلق أهتمامات بين المنشأة والأعضاء المترددين . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٢ | وضع البرامج التى تحدد أهداف المنشأة والخدمات التى تؤديها للأفراد والمجتمع | ٩ | ٩٠ % |
| ١٣ | العمل على كسب ثقة الأفراد والهيئات للأنشطة والخدمات . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٤ | التسويق الدائم والفعال للبرامج والخدمات المقدمة بالمنشأت . | ٨ | ٨٠ % |

| م | العبارة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| ١٥ | تحقيق السمعة الطيبة بين المجهود الداخلى وإدارة المنشأة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٦ | أثارة أهتمام الأفراد والهيئات بالخدمات المقدمة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٧ | تقديم الإعلام المفيد بالطريقة التى تقدم أهداف وبرامج العمل إلى القاعدة العريضة من الجماهير . | ٩ | ٩٠% |
| ١٨ | تصحيح أى تدخل أو سوء تفاهم يحدث أثناء ممارسة الأنشطة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٩ | تحسين العلاقة بين إدارة المنشأة والهيئات الأخرى . | ٩ | ٩٠% |
| ٢٠ | الأهتمام بالخدمات الجديدة وتطوير الخدمات الحالية بهدف الأقبال على حجز المنشأة | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢١ | أمداد الإدارة العليا بالرؤية المستقبلية الخاصة بالخدمات وتسويقها حتى يمكن الإعتماد عليها فى التخطيط . | ١٠ | ١٠٠% |
|  | خامسا : اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية :- |  |  |

| | أ- اختصاصات الشئون الإدارية : | | |
|---|---|---|---|
| ١ | تنفيذ تعليمات مدير المنشأة فيما يتعلق بالنواحى الإدارية | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | كتابة التعليمات المنظمة لكافة أقسام إدارة الشئون الإدارية | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | استلام وفحص أي أصناف إدارية | ٩ | ٩٠ % |
| ٤ | مراقبة أعمال الأقسام التابعة له وكتابة تقارير دورية عنها . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | اقتراح الحوافز للمتميزين في الأعمال الإدارية . | ٨ | ٨٠ % |
| ٦ | اقتراح العقوبات التأديبية علي المقصرين . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٧ | الاشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات . | ٩ | ٩٠ % |
| ٨ | تحرير العقود وعمل إجراءات التعيين للعاملين الجدد. | ١٠ | ١٠٠% |

| ٩ | مراقبة سجلات حضور وإنصراف العاملين | ١٠ | ١٠٠% |
| --- | --- | --- | --- |
| ١٠ | رفع تقرير لمدير المنشآت بموقف الأفراد المطلوب ترقيتهم . | ٩ | ٩٠ % |
| ١١ | تبليغ مدير المنشآت عن أي مخالفة إدارية واقتراح التصرف فيها . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٢ | تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها في حالة إصابة العاملين . | ٩ | ٩٠ % |
| ١٣ | العمل علي إعداد وتدريب الكوادر اللازمة للعمل . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٤ | عمل إجراءات العرض الصحي للعاملين علي أحد المستشفيات . | ١٠ | ١٠٠% |

تابع جدول (٢٩)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة ومجموع المحور ( ن = ١٠ )

| م | العبـــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | ب- اختصاصات مدير الشئون المالية . | | |
| ١ | تنفيذ قرارات مدير المنشأة فيما يتعلق بالأمور المالية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | وضع الميزانيات طبقا لاحتياجات المنشآت . | ٩ | ٩٠% |
| ٣ | الاشتراك في عمل الحساب الختامي للسنة المالية المنتهية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٤ | تنفيذ الطرق القانونية من صرف وتسوية السلف . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | تقديم المشورة المالية لمدير عام الاستثمار . | ٩ | ٩٠ % |
| ٦ | إنشاء السجلات القانونية اللازمة للوائح المالية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٧ | مراقبة التدوين والحفظ والتداول للسجلات المالية . | ٨ | ٨٠ % |

| ٨ | صرف الحوافز لمستحقيها فور التصديق عليها . | ١٠ | ١٠٠% |
|---|---|---|---|
| ٩ | مراجعة الفواتير بالمستندات المالية قبل صرفها . | ٨ | ٨٠ % |
| ١٠ | التأكد من صحة التوقيعات علي المستندات المالية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١١ | اشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٢ | الاشتراك في عمليات شراء الأدوات والأجهزة داخل المنشآت . | ٩ | ٩٠ % |
| ١٣ | الإشراف علي عمليات طبع وبيع التذاكر . | ١٠ | ١٠٠% |
| | سادسا : اختصاصات مدير البرامج والمشروعات :- | | |
| ١ | التخطيط والإشراف والمتابعة علي جميع الأنشطة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | اقتراح القواعد والأسس المنظمة وعرضها علي مدير الاستثمار . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | تنظيم المسابقات الداخلية والخارجية . | ٩ | ٩٠ % |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ٤ | دراسة متطلبات الأنشطة من ملابس وأدوات . | ٩ | ٩٠ % |
| ٥ | مناقشة خطط جميع الأنشطة وإقرارها مع جميع الاقسام . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | اقتراح زيادة أو إلغاء بعض الأنشطة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٧ | تنفيذ سياسة إدارة الاستثمار فيما يتعلق بالأنشطة . | ٨ | ٨٠ % |
| ٨ | العمل علي إزالة العقبات التي تعترض سير الأنشطة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٩ | تحقيق الاستقرار في الأنشطة المختلفة وتنسيق الأعمال بينهم. | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٠ | اقتراح الحوافز والعقوبات علي المدربين والأخصائيين لضمان سير العمل . | ٨ | ٨٠% |
| ١١ | الاشتراك مع مدير الاستثمار في تخصيص الميزانيات اللازمة لكل نشاط | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٢ | مراقبة سجلات الأنشطة المختلفة والتأكد من سلامتها . | ١٠ | ١٠٠% |

تابع جدول (٢٩) معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة ومجموع المحور ( ن = ١٠ )

| م | العبـــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | سابعا : اختصاصات مديري المنشآت الفرعية :- المنشأت الفرعية هي ( الملعب الرئيسى - الصالة المغطاة - وحدة الطب الرياضى - حمام السباحة - فندق الرياضيين - صالة اللياقة البدنية - الملاعب المفتوحة) واختصاصاتهم هي :- | | |
| ١ | يتولى إدارة شئون المنشأة والأشراف علي تنفيذ العاملين لواجباتهم. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | أعداد برامج ومواعيد أستخدام المنشأة للجهات المسموح لها بإستخدامها. | ١٠ | ١٠٠% |

| ٣ | أعداد السجلات والوثائق الأرشيفية اللازمة لإستخدامات المنشأة فى مجالات الأنشطة المختلفة | ٩ | ٩٠% |
|---|---|---|---|
| ٤ | المحافظة على المنشأة وعلى الأجهزة والأدوات الموجودة بها ومتابعة تنفيذ أعمال الصيانة الدورية لها. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | العمل على تنمية إيرادات المنشأة وزيادة مواردها واستثمارها. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | أعتماد الصرف من السلطة المستديمة. | ٩ | ٩٠% |
| ٧ | أتخاذ كافة تدابير الأمن والسلامة للحفاظ على العاملين والمترددين على المنشأة. | ٨ | ٨٠% |
| ٨ | العمل على ترشيد أستهلاك المياة والكهرباء والهاتف. | ١٠ | ١٠٠% |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من الجدول (٢٩) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان جميعها حصلت علي نسبة (٨٠ إلى ١٠٠%) وفي ضوء ذلك ارتضي الكاتب نسبة ٧٠ % فأكثر حيث انه لم يتم حذف أي عبارة .

وجدول(٣٠)يوضح عدد عبارات الاستبيان الخاص باستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة قبل وبعد العرض علي الخبراء التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية قبل وبعد العرض علي الخبراء.

جدول (٣٠)

عدد عبارات الاستبيان الخاص باختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار

بمديريات الشباب والرياضة قبل وبعد العرض علي الخبراء

| م | المحـــــــــاور | عدد العبارات قبل العرض علي الخبراء | حذف | إضافة | عدد العبارات بعد العرض علي الخبراء |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ | **اختصاصات إدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة.** | **٨** | **-** | **-** | **٨** |
| ٢ | **اختصاصات مدير إدارة الاستثمار.** | **٢٢** | **-** | **-** | **٢٢** |
| ٣ | **اختصاصات مدير المنشأت الرياضية.** | **٢٦** | **-** | **-** | **٢٦** |
| ٤ | **اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة.** | **٢١** | **-** | **-** | **٢١** |

| ٥ | اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية. | ٢٧ | - | - | ٢٧ |
|---|---|---|---|---|---|
| ٦ | اختصاصات مدير البرامج والمشروعات. | ١٢ | - | - | ١٢ |
| ٧ | اختصاصات مديري المنشأت الفرعية. | ٨ | - | - | ٨ |
| | المجموع | ١٢٤ | - | - | ١٢٤ |

٤- الدراسة الاستطلاعية للاستبيان الرابع :

لاختبار وضوح عبارات الاستبيان قام الكاتب بإجراء دراسة استطلاعية وتطبيق استمارة الاستبيان الرابعة الخاصة باختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة علي عينة قوامها (٣٠) فرد من المجتمع ومن خارج العينة ولها نفس مواصفات الأساسية في الفترة من ٢٠١٢/٣/١٠م إلي ٢٠١٢/٣/٢٨م، وتم اختيارها بالطريقة العشوائية وذلك بغرض:

- التأكد من صحة صياغة العبارات مع تعديل العبارات الغامضة.

- التعرف علي المشكلات التي يمكن أن تواجه الكاتب أثناء التطبيق.

- إيجاد المعاملات العلمية للاستمارة ( الصدق، والثبات).

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسبا من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي مشكلات أو تعليقات توحي بالغموض وعدم الفهم.

٥- المعاملات العلمية للاستمارة:

صدق الاستمارة:

استخدم الكاتب صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية.

جدول (٣١)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول

( اختصاصات إدارة الاستثمار ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا توجد إدارة للاستثمار داخل مديرية الشباب والرياضة . | ٢.٦٠ | ١.٦١ | ٠.٧٠ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٢ | لا توجد إدارة أخري تقوم بعمل إدارة الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة . | ٢.٨٠ | ١.٥٢ | ٠.٧٧ |
| ٣ | القائمون بالعملية التسويقية داخل المؤسسة علي غير درجة كبيرة من التأهيل | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٨٦ |
| ٤ | لا يتم إجراء بحوث تسويقية للهيئات الرياضية. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٥ |
| ٥ | توجد مصادر تمويل للمؤسسة ( حكومي – ذاتي ) . | ٣.٠٠ | ١.٤٩ | ٠.٨٥ |
| ٦ | لا توجد أساليب دعاية وإعلان لتسويق الخدمات الرياضية بالمنشآت. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٥ |
| ٧ | تقوم المنشأة بتطوير الخدمات التي تقدم للمترددين. | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٦ |
| ٨ | توجد خطة لتطوير وتقديم الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية. | ٣.٠٠ | ١.٥٨ | ٠.٨٤ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣١) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧٠ : ٠.٨٦ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٣٢ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني

( اختصاصات مدير إدارة الاستثمار) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | العمل على توسيع قاعدة الإستثمار الرياضى فى رأس المال المادى والبشرى وإدارة وتطوير وصيانة المنشأت الرياضية. | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٦٧ |
| ٢ | الأشراف على المنشأت الرياضية الواقعة فى نطاق المحافظة (الأستاد، الصالات، حمامات السباحة، فنادق الرياضيين، وحدات الطب الرياضى، صالات اللياقة البدنية، الملاعب المفتوحة ). | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٧٩ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٣ | وضع الخطة الإستثمارية الإنشائية لتطوير المنشأت الرياضية فى الأستادات الرياضية والأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٧١ |
| ٤ | التنسيق والمتابعة مع بنك الإستثمار القومى فيما يخص لخطة الأستثمارية للمنشأت الرياضية والشبابية فى المحافظة . | ٢.٩٣ | ١.٧٠ | ٠.٧٧ |
| ٥ | العمل على تسويق المنشأت الرياضية وتوفير فرص الرعاية الرياضية لمشروعات المجلس القومى للرياضة والشباب . | ٣.٠٧ | ١.٧٠ | ٠.٧٦ |
| ٦ | القيام بالعملية التخطيطية لبرامج وأنشطة الإستثمار المادية البشرية الخاصة بالمنشأت الرياضية . | ٣.٠٠ | ١.٤٩ | ٠.٧٠ |
| ٧ | دراسة وسائل وأليات التمويل الذاتى للمنشأت الرياضية بشكل متواصل وتحقيق أرباح لصالح هذه المنشأت . | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٦٣ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٨ | وضع خطط الرقابة على إدارة جميع الموارد المتاحة بما يحقق الإستفادة القصوى من تلك الموارد وتحقيق مستوى جيد لأنشطة الصيانة والتطوير المستمر للمنشأت الرياضية | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٧٧ |
| ٩ | وضع خريطة للمنشأت الرياضية فى نطاق المحافظة | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٧٤ |
| ١٠ | إنشاء قاعدة بيانات للمنشأت الرياضية تشمل ( تاريخ الإنشاء ، والسعة والقيمة المالية مزوداً بالصور | ٣.٢٠ | ١.٦٩ | ٠.٧٣ |
| ١١ | تدريب القائمين بالمنشأت الرياضية على الأساليب الحديثة للإنشاء والتطوير | ٣.٠٧ | ١.٥٣ | ٠.٦٤ |
| ١٢ | المتابعة الفنية والميدانية لكافة المشروعات الرياضية التى يتم تنفيذها والتأكد من مطابقاتها للمواصفات الفنية وإعداد التقارير الفنية وعرضها على الجهات المختلفة . | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٦٨ |
| ١٣ | وضع شروط ومواصفات وإعداد المقايسات التقديرية الخاصة بزراعة الملاعب | ٣.٠٠ | ١.٥٨ | ٠.٧٢ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ١٤ | المساهمة فى مشروعات حماية البيئة من التلوث وذلك عن طريق عمليات التشجير المكثفة وزراعة المسطحات فى المناطق المحيطة بالمنشأت الرياضية . | ٣.٠٧ | ١.٧٠ | ٠.٨١ |
| ١٥ | تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها | ٢.٩٣ | ١.٥٣ | ٠.٦٨ |
| ١٦ | القيام بدور فعال فى تشجيع المجتمع المدنى والقطاع الخاص على إنشاء وإدارة المنشأت الرياضية . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٧٠ |
| ١٧ | تحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الإستثمارية والإنشائية بالتنسيق بما يحقق أعلى عائد أقتصادى . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٨١ |
| ١٨ | المتابعة الميدانية للمنشأت الرياضية من حيث الصيانة والتحديث . | ٢.٨٧ | ١.٦٦ | ٠.٧٨ |
| ١٩ | وضع خطة لترويج المنشات الرياضية على مدار العام . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٧٥ |
| ٢٠ | الأستعانة بخبراء أو المكاتب الأستثمارية فى وضع خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضية . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٧ |
| ٢١ | تقدير التمويل اللازم للمشروعات والبرامج الرياضية وأقتراح مصادر التمويل . | ٣.٠٧ | ١.٥٣ | ٠.٨٢ |

| ٢٢ | متابعة تنفيذ برامج الترويج وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية للبرامج الرياضية . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٧٥ |
|---|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٢) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٦٣ : ٠.٨٢) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٣٣)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث

( اختصاصات مدير المنشأت الرياضية ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | الأشراف الكامل على جميع المنشأت الرياضية . | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٦٩ |
| ٢ | المحافظة على الملاعب والمنشأت الرياضية . | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٧٤ |
| ٣ | الأشراف على أعمال الصيانة الدورية لجميع المرافق | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٥٨ |

| ٤ | تنفيذ سياسات المجلس القومى للرياضة والشباب فيما يتعلق بالمنشأت والمرافق . | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٧٦ |
|---|---|---|---|---|
| ٥ | مراقبة العمل بالمخازن من ناحية التنظيم والصرف والتمويل . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٥٥ |
| ٦ | كتابة تقارير دورية للعرض على مدير إدارة الإستثمار وأقتراح ما يجب عمله . | ٢.٩٣ | ١.٧٠ | ٠.٥٣ |
| ٧ | المرور المستمر على المرافق المختلفة وتبليغ مدير إدارة الإستثمار بالمخالفات التى يراها وأقتراح الحلول لها. | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٧٨ |
| ٨ | الأشراف على عملية الفحص السنوى للأدوات والأجهزة . | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٦٣ |

| ٩ | الأشراف على إعداد وتجهيز الملاعب والأدوات قبل بداية أى نشاط أو بطولة | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٧٠ |
|---|---|---|---|---|
| ١٠ | الأشراف على جميع الحدائق والنواحى الجمالية . | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٥٣ |
| ١١ | أقتراح تعيين الفنيين والعمال . | ٢.٨٧ | ١.٥٧ | ٠.٥٧ |
| ١٢ | مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها | ٣.٠٧ | ١.٥٣ | ٠.٦٢ |
| ١٣ | العمل على إعداد وتدريب الكوادر اللازمة لتشغيل الوحدات التابعة للمنشأت . | ٢.٨٠ | ١.٦١ | ٠.٦٣ |
| ١٤ | تحديد واجبات العمل لشاغلى الوظائف المختلفة بالمنشأت الرياضية ومراقبة إنجاز العمل المكلفين به وأعتماد مكافأتهم وفقاً لأيام التشغيل . | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٨٣ |

| ١٥ | أعداد المقترحات الخاصة بتطوير العمل فى المنشأت الرياضية وتقديمها إلى مدير إدارة الإستثمار لدراستها ورفعها إلى المجلس القومى للرياضة | ٢.٨٧ | ١.٦٦ | ٠.٥٨ |
|---|---|---|---|---|
| ١٦ | عمل تقرير شهرى عن إيرادات ومصروفات المنشأت وتقويم العمل بصفة دورية . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٧٣ |
| ١٧ | أخطار مدير الإستثمار بأوجه القصور فى المنشأت للعمل على علاجها | ٢.٨٧ | ١.٧٤ | ٠.٦٧ |
| ١٨ | تحديد واجبات العاملين فى حالة حدوث الأزمات وتدريبهم على مواجهتها بما يضمن سلامة الأرواح والمنشأت . | ٢.٨٧ | ١.٦٦ | ٠.٥٢ |
| ١٩ | تحديد الواجبات للعاملين والأجراءات التى يمكن أتخاذها فى حالة أصابة العاملين وممارسة الأنشطة فى المنشأت الرياضية | ٢.٨٠ | ١.٦٩ | ٠.٧٠ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٢٠ | الأشراف على السجلات والمستندات المتصلة بشئون العمل والمحافظة عليها . | ٣.٠٧ | ١.٥٣ | ٠.٧٤ |
| ٢١ | التنسيق والمتابعة بين وحدات المنشأت والمديرية . | ٢.٨٠ | ١.٦٩ | ٠.٦٩ |
| ٢٢ | الأشراف على أعداد اللوحات التى تمكن المترددين من التعرف على وحدات الأستاد . | ٢.٨٧ | ١.٧٤ | ٠.٦٤ |
| ٢٣ | الأشراف على أعداد البرامج وتنظيم مواعيد أستخدام المنشأت الرياضية. | ٢.٩٣ | ١.٧٠ | ٠.٦٣ |
| ٢٤ | العمل على ترشيد أستخدام المياة والكهرباء والهاتف | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٧٦ |
| ٢٥ | الأشراف على وحدات المنشأت بما يكفل سلامتها. | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٧٥ |
| ٢٦ | العمل على تكثيف ممارسة الأنشطة الرياضية فى وحدات المنشأت وتسويق استخدام مرافقه. | ٣.٠٠ | ١.٥٨ | ٠.٧٨ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٣) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٥٢ : ٠.٨٣ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٣٤)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع

( اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | تحديد الخدمات التى سوف يتم تقديمها للأفراد والهيئات . | ٢.٨٧ | ١.٧٤ | ٠.٧٣ |
| ٢ | تحديد شروط الأنتفاع من الخدمات المقدمة . | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٦٩ |
| ٣ | تحديد وسائل الإعلان عن الخدمات المقدمة داخل المنشأت الرياضية . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٥٠ |
| ٤ | التعرف على حاجات ورغبات الأفراد المترددين والهيئات . | ٣.٨٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٥ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٥ | الأشراف على جودة الخدمات المقدمة للهيئات والأفراد . | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٧٧ |
| ٦ | أجراء البحوث التسويقية المستمرة . | ٣.٠٧ | ١.٧٠ | ٠.٧٥ |
| ٧ | تحديد وسائل ترويج الخدمات المقدمة . | ٣.٧٣ | ١.٥٣ | ٠.٨٦ |
| ٨ | وضع البرامج والخطط التسويقية . | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٧٨ |
| ٩ | أشباع حاجات ورغبات الأفراد والهيئات وأحتياجاتهم | ٣.٥٣ | ١.٣٨ | ٠.٩١ |
| ١٠ | التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها . | ٢.٧٣ | ١.٦٤ | ٠.٧٣ |
| ١١ | خلق أهتمامات بين المنشأة والأعضاء المترددين . | ٣.٢٠ | ١.٦٩ | ٠.٧٣ |
| ١٢ | وضع البرامج التى تحدد أهداف المنشأة والخدمات التى تؤديها للأفراد والمجتمع | ٢.٧٣ | ١.٥٥ | ٠.٦٥ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ١٣ | العمل على كسب ثقة الأفراد والهيئات للأنشطة والخدمات . | ٣.٢٠ | ١.٦٩ | ٠.٨٤ |
| ١٤ | التسويق الدائم والفعال للبرامج والخدمات المقدمة بالمنشأت. | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٦٥ |
| ١٥ | تحقيق السمعة الطيبة بين المجهود الداخلى وإدارة المنشأة . | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٧٥ |
| ١٦ | أثارة أهتمام الأفراد والهيئات بالخدمات المقدمة . | ٣.٤٧ | ١.٧٢ | ٠.٨٠ |
| ١٧ | تقديم الإعلام المفيد بالطريقة التى تقدم أهداف وبرامج العمل إلى القاعدة العريضة من الجماهير . | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٩١ |
| ١٨ | تصحيح أى تدخل أو سوء تفاهم يحدث أثناء ممارسة الأنشطة . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٩٠ |
| ١٩ | تحسين العلاقة بين إدارة المنشأة والهيئات الأخرى . | ٣.٥٣ | ١.٤٨ | ٠.٨٩ |
| ٢٠ | الأهتمام بالخدمات الجديدة وتطوير الخدمات الحالية بهدف الأقبال على حجز المنشأة . | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٧٤ |

| ٢١ | أمداد الإدارة العليا بالرؤية المستقبلية الخاصة بالخدمات وتسويقها حتى يمكن الإعتماد عليها فى التخطيط . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٦٩ |
|---|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٤) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٥٠ : ٠.٩١ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٣٥)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس

( اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| | أ- اختصاصات الشئون الإدارية | | | |
| ١ | تنفيذ تعليمات مدير المنشأة فيما يتعلق بالنواحى الإدارية | ٣.٢٧ | ١.٧٢ | ٠.٧٧ |
| ٢ | كتابة التعليمات المنظمة لكافة أقسام إدارة الشئون الإدارية | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٦٦ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٣ | استلام وفحص أي أصناف إدارية | ٣.٠٠ | ١.٥٨ | ٠.٧٢ |
| ٤ | مراقبة أعمال الأقسام التابعة له وكتابة تقارير دورية عنها . | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٤ |
| ٥ | اقتراح الحوافز للمتميزين في الأعمال الإدارية . | ٢.٨٠ | ١.٦٩ | ٠.٦١٣ |
| ٦ | اقتراح العقوبات التأديبية علي المقصرين . | ٣.٦٠ | ١.٥٩ | ٠.٧٢ |
| ٧ | الاشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات . | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٧٧ |
| ٨ | تحرير العقود وعمل إجراءات التعيين للعاملين الجدد. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٢ |
| ٩ | مراقبة سجلات حضور وإنصراف العاملين | ٢.٩٣ | ١.٧٨ | ٠.٧٩ |
| ١٠ | رفع تقرير لمدير المنشآت بموقف الأفراد المطلوب ترقيتهم . | ٣.٥٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٢ |
| ١١ | تبليغ مدير المنشآت عن أي مخالفة إدارية واقتراح التصرف فيها | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧١٥ |
| ١٢ | تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها في حالة إصابة العاملين | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٧١ |

| ١٣ | العمل علي إعداد وتدريب الكوادر اللازمة للعمل | ٣.٤٠ | ١.٦٩ | ٠.٨٨ |
|---|---|---|---|---|
| ١٤ | عمل إجراءات العرض الصحي للعاملين علي أحد المستشفيات | ٣.٤٠ | ١.٦٩ | ٠.٨٧ |
|  | ب- اختصاصات مدير الشئون المالية |  |  |  |
| ١ | تنفيذ قرارات مدير المنشأة فيما يتعلق بالأمور المالية | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٨٥ |
| ٢ | وضع الميزانيات طبقا لاحتياجات المنشآت | ٣.٢٠ | ١.٧٧ | ٠.٨٥ |
| ٣ | الاشتراك في عمل الحساب الختامي للسنة المالية المنتهية | ٣.٤٠ | ١.٦٩ | ٠.٨٨ |
| ٤ | تنفيذ الطرق القانونية من صرف وتسوية السلف | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٠ |
| ٥ | تقديم المشورة المالية لمدير عام الاستثمار | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٩ |
| ٦ | إنشاء السجلات القانونية اللازمة للوائح المالية | ٣.٣٣ | ١.٦٧ | ٠.٨٣ |

| ٧ | مراقبة التدوين والحفظ والتداول للسجلات المالية | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٤ |
|---|---|---|---|---|
| ٨ | صرف الحوافز لمستحقيها فور التصديق عليها | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٠ |
| ٩ | مراجعة الفواتير بالمستندات المالية قبل صرفها | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |
| ١٠ | التأكد من صحة التوقيعات علي المستندات المالية | ٣.٣٣ | ١.٤٩ | ٠.٧٨ |
| ١١ | اشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات | ٣.٤٠ | ١.٦٩ | ٠.٨٣ |
| ١٢ | الاشتراك في عمليات شراء الأدوات والأجهزة داخل المنشآت | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٥ |
| ١٣ | الإشراف علي عمليات طبع وبيع التذاكر | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٩ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٥) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٦٦ : ٠.٨٩ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٣٦ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس

( اختصاصات مدير البرامج والمشروعات ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | التخطيط والإشراف والمتابعة علي جميع الأنشطة | ٣.٠٠ | ١.٥٨ | ٠.٨٥ |
| ٢ | اقتراح القواعد والأسس المنظمة وعرضها علي مدير الاستثمار | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٤ |
| ٣ | تنظيم المسابقات الداخلية والخارجية | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٨ |
| ٤ | دراسة متطلبات الأنشطة من ملابس وأدوات | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٦ |
| ٥ | مناقشة خطط جميع الأنشطة وإقرارها مع جميع الاقسام | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٨ |
| ٦ | اقتراح زيادة أو إلغاء بعض الأنشطة | ٣.٠٠ | ١.٥٨ | ٠.٨٥ |

| ٧ | تنفيذ سياسة إدارة الاستثمار فيما يتعلق بالأنشطة | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٤ |
|---|---|---|---|---|
| ٨ | العمل علي إزالة العقبات التي تعترض سير الأنشطة | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٨ |
| ٩ | تحقيق الاستقرار في الأنشطة المختلفة وتنسيق الأعمال بينهم | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٦ |
| ١٠ | اقتراح الحوافز والعقوبات علي المدربين والأخصائيين لضمان سير العمل | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٩٠ |
| ١١ | الاشتراك مع مدير الاستثمار في تخصيص الميزانيات اللازمة لكل نشاط | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٨ |
| ١٢ | مراقبة سجلات الأنشطة المختلفة والتأكد من سلامتها | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٧ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٦) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٨٤ : ٠.٩٠ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول ( ٣٧ )معاملات الارتباط بين عبارات المحور السابع

( اختصاصات مديري المنشأت الفرعية ) ومجموع المحور

(ن=٣٠)

| م | العبـــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| | المنشأت الفرعية هي (الملعب الرئيسى - الصالة المغطاة - وحدة الطب الرياضى - حمام السباحة - فندق الرياضيين - صالة اللياقة البدنية - الملاعب المفتوحة) واختصاصاتهم هي :- | | | |
| ١ | يتولى إدارة شئون المنشأة والأشراف علي تنفيذ العاملين لواجباتهم . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٤ |
| ٢ | أعداد برامج ومواعيد أستخدام المنشأة للجهات المسموح لها بإستخدامها | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٧ |
| ٣ | أعداد السجلات والوثائق الأرشيفية اللازمة لإستخدامات المنشأة فى مجالات الأنشطة المختلفة . | ٣.٩٣ | ١.٣٦ | ٠.٧٣ |
| ٤ | المحافظة على المنشأة وعلى الأجهزة والأدوات الموجودة بها ومتابعة تنفيذ أعمال الصيانة الدورية لها . | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٧ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٥ | العمل على تنمية إيرادات المنشأة وزيادة مواردها واستثمارها . | ٣.٦٠ | ١.٥٩ | ٠.٨٦ |
| ٦ | أعتماد الصرف من السلطة المستديمة . | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٧ |
| ٧ | أتخاذ كافة تدابير الأمن والسلامة للحفاظ على العاملين والمترددين على المنشأة. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٧ |
| ٨ | العمل على ترشيد أستهلاك المياة والكهرباء والهاتف . | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٨ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٧) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور السابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧٣ : ٠.٨٨ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٣٨)معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي

لاستمارة اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة (ن=٣٠)

| م | المحـــــــــــور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | المحور الأول | ٢٤.٠٧ | ١٠.١٤ | ٠.٩٦ |
| ٢ | المحور الثاني | ٦٧.٥٣ | ٢٦.٠١ | ٠.٩٨ |
| ٣ | المحور الثالث | ٧٨.٠٠ | ٢٨.١٦ | ٠.٩٧ |
| ٤ | المحور الرابع | ٦٩.٠٠ | ٢٥.٧٦ | ٠.٩٨ |
| ٥ | المحور الخامس | ٨٨.٠٧ | ٣٥.٣٧ | ٠.٩٩ |
| ٦ | المحور السادس | ٣٩.٠٠ | ١٦.٥١ | ٠.٩٩ |
| ٧ | المحور السابع | ٢٧.٨٧ | ١٠.٦٣ | ٠.٩٧ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٨) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثامن والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٩٦ : ٠.٩٩ ) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

الثبات:

- ثبات الاستبيان :

استخدم الكاتب طريقة التطبيق واعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان، وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من المجتمع وخارج العينة الأساسية، وذلك بفاصل زمنى قدره (١٥) يوماً وجدول (٢٩) يوضح ذلك:

جدول(٣٩)معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لمحاور استمارة

اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة (ن=٣٠)

| م | المحـــــاور | التطبيق الأول | | التطبيق الثاني | | قيمة ر |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | م | ع | م | ع | |
| ١ | المحور الأول | ٢٤.٠٧ | ١٠.١٤ | ٢٣.٤٧ | ٩.٩٦ | ٠.٩٧ |
| ٢ | المحور الثاني | ٦٧.٥٣ | ٢٦.٠١ | ٦٦.١٣ | ٢٥.٧٤ | ٠.٩٦ |
| ٣ | المحور الثالث | ٧٨.٠٠ | ٢٨.١٦ | ٧٦.٠٠ | ٢٧.٨٣ | ٠.٩٩ |

| ٤ | المحور الرابع | ٦٩.٠٠ | ٢٥.٧٦ | ٦٧.٤٠ | ٢٥.٤٥ | ٠.٩٩ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ٥ | المحور الخامس | ٨٨.٠٧ | ٣٥.٣٧ | ٨٦.٠٠ | ٣٤.٨٤ | ٠.٩٨ |
| ٦ | المحور السادس | ٣٩.٠٠ | ١٦.٥١ | ٣٧.٣٣ | ١٤.٩٢ | ٠.٩٧ |
| ٧ | المحور السابع | ٢٧.٨٧ | ١٠.٦٣ | ٢٦.٤٠ | ٩.٦٠ | ٠.٩٥ |
| ٨ | الاستمارة ككل | ٣٩٣.٥٣ | ١٤٩.٤٦ | ٣٨٢.٧٣ | ١٤٤.٩٠ | ٠.٩٩ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٣٩) أن معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (٠.٩٥ : ٠.٩٩) وهي معاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي ثبات الاستمارة .

- تطبيق الاستبيان الرابع في صورته النهائية :

بعد إجراء المعاملات العلمية للاستبيان الرابع والتحقق من صدق العبارات وثباتها وذلك باستبعاد العبارات غير الصادقة) استقر الاستبيان في صورته النهائية (مرفق ٩) والمشتمل علي ( ١٢٤) عبارة لعدد (٧) محور.

- الدراسة الأساسية :

قام الكاتب بتطبيق الاستبيان الرابع في صورته النهائية علي أفراد عينة البحث الأساسية من العاملين بمديريات الشباب والرياضية بمحافظات جنوب الصعيد ( سوهاج – قنا – الأقصر – أسوان) وعينة من الإدارة المركزية للاستثمار ومكاتب وشركات الاستثمار وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢/٦/٢٠ إلي ٢٠١٢/٧/٣٠م، وفقا لميزان التقدير الثلاثي (أوافق – إلي حد ما – لا أوافق).

وقد تم تصحيح الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة (أوافق) خمس درجات والإجابة (إلي حد ما) ثلاث درجات والإجابة (لا أوافق) درجة واحدة وتم تجميع البيانات وتنظيمها وجدولتها ومعالجتها إحصائيا .

الاستمارة الخامسة:الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد بهدف التعرف علي الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد، بعد تحديد الهدف تمام الكاتب بالخطوات التالية:

١- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان :

قام الكاتب بتحديد محاور استمارة الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية في صورتها المبدئية من خلال الإطلاع علي بعض المراجع والدراسات المتخصصة في الإدارة والإدارة الرياضية والاستثمار والتسويق والتمويل الرياضي

٢- عرض المحاور علي الخبراء :

تم عرض محاور أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية علي السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبير في صورتها المبدئية مرفق(١) وقد لجأ الكاتب إلي السادة الخبراء للتعرف علي:

مدي مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية.

تعديل أو حذف ما يراه الخبير من محاور رئيسية.

تعديل أو حذف أو إضافة أي محاور أخري .

وبعد عرض الاستمارة علي السادة الخبراء قام الكاتب بحساب النسبة المؤية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقا للجدول التالي :

جدول (٤٠)الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأمراء السادة الخبراء وفي محاور

استمارة الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية ( ن = ١٠ )

| م | المحـــــــــــــور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | المحور الأول : الأهداف . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | المحور الثاني : التخطيط . | ٩ | ٩٠% |

| ٣ | المحور الثالث : الإمكانات . | ٩ | ٩٠% |
|---|---|---|---|
| ٤ | المحور الرابع : الإعلانات . | ٩ | ٩٠% |
| ٥ | المحور الخامس:تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | المحور السادس : الرعاية الرياضية . | ٩ | ٩٠% |
| ٧ | المحور السابع : الاستثمار والتسويق . | ٩ | ٩٠% |
| ٨ | المحور الثامن : التمويل . | ١٠ | ١٠٠% |

يتضح من الجدول السابق (٤٠) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية قد تراوحت ما بين (٩٠% : ١٠٠% ) ولقد ارتضي الكاتب نسبة ٧٠% فأكثر من أراء السادة الخبراء ، وعلي هذا قد تم التوصل إلي عدد (٨) محور لاستمارة الاستراتيجية المقترحة في صورتها النهائية مرفق (١٠) وهما: (المحور الأول: الأهداف، المحور الثاني: التخطيط، المحور الثالث: الإمكانات، المحور الرابع: الإعلانات، المحور الخامس: تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات المحور السادس: الرعاية الرياضية، المحور السابع: الاستثمار

والتسويق، المحور الثامن: التمويل) وقد تم إضافة ثلاثة محاور (تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات، الرعاية الرياضية، الاستثمار والتسويق).

٣- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج أراء الخبراء حول المحاور المقترحة قام الكاتب بدراسة كل محور علي حدة وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور مسترشدا ببعض المراجع العلمية والدراسات المرتبطة .

وتم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية التي تم عرضها علي السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف علي مدي مناسبة العبارات المقترحة للمحاور وحذف العبارات غير المناسبة وأيضا إضافة أيه عبارات أخري مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة والجدول( ٤١) يوضح النسبة المئوية لأراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة.

جدول (٤١) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول :

الأهداف لاستمارة الاستراتيجية المقترحة ومجموع المحور (ن=١٠)

| م | العبــــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الأول : الأهــداف<br>* تسعى وزارتي الرياضة والشباب إلى تنظيم الاستثمار بالمنشات الرياضية والشبابية من خلال تحقيق الأهداف الآتية :- | | |
| ١ | تطوير أسلوب العاملين بالمنشات الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | إعداد كوادر فنية متخصصة بالمنشات الرياضية والشبابية. | ٨ | ٨٠% |
| ٣ | نشر ثقافة الاستثمار الرياضة بالمنشات الرياضية والشبابية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | تنمية الموارد الذاتية للمنشات الرياضية والشبابية. | ٩ | ٩٠% |
| ٥ | تغيير وتعديل مفاهيم الاستثمار بالمنشات الرياضية والشبابية . | ٩ | ٩٠% |

| م | العبارة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| ٦ | تمويل الأنشطة الرياضية والشبابية من نشاط مستهلك إلى نشاط منتج . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٧ | عمل بنية تحتية للمنشات الرياضية والشبابية | ٨ | %٨٠ |
| ٨ | ربط وتوزيع المنشات الرياضية بالكثافة السكانية. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٩ | إعداد مكتبة رقمية للمنشات الرياضية والشبابية. | ٨ | %٨٠ |
| ١٠ | إدارة وتشغيل المنشات الرياضية بأسلوب اقتصادي . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١١ | تحقيق التوازن في إعداد خطط توزيع المنشات الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٢ | تعميم مفاهيم الاستثمار الرياضي بالمنشات الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٣ | - تطبيق مفاهيم العائد والتكلفة في إدارة المنشات الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٤ | يتم تحديد الأهداف بالمنشآت الرياضية فى ضوء الإمكانيات المادية والبشرية للهيئة. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٥ | يتم تحديد الأهداف في المنشآت الرياضية بدقة ووضوح . | ٩ | %٩٠ |

| ١٦ | تكون أهداف المنشآت الرياضية نابعة من الهدف العام للمؤسسة . | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ١٧ | يكون لدى العاملين بالمنشآت معرفة بأهداف وخطط العمل. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٨ | يكون لدي العاملين بالمنشآت معرفة بأهداف وخطط العمل . | ٤ | ٤٠% |
| ١٩ | الهدف الأساسي للمنشأة هو تحقيق الربح . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢٠ | يراعى فى العمل أهداف المنشأة والعاملين لتقوية درجة الإنتماء المتبادل بين الطرفين | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢١ | إشباع احتياجات الأفراد أهم أهداف المنشآت الرياضية فى تقديم الخدمات . | ١٠ | ١٠٠ % |

تابع جدول (٤١) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول :

الأهداف لاستمارة الاستراتيجية المقترحة ومجموع المحور
(ن=١٠)

| م | العبـــــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الثاني : التخطيط | | |
| | - يجب وضع خطة أستثمارية بالمنشات الرياضية تشتمل على :- | | |
| ١ | - تسويق المنشآت الرياضية والشبابية . | ٥ | ٥٠ % |
| ٢ | - استثمار المنشات الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | - عمل برامج زمنية للتسويق. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٤ | - أساليب مختلفة للدعاية والإعلان. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | - ترويج البطولات والأحداث داخل المنشات . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | - استقلال موارد المنشات فى مشروعات خدمية هادفة. | ٩ | ٩٠ % |

| م | العبارة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| ٧ | - تغطية احتياجات العاملين بالمنشات الرياضية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٨ | - تدريب الكوادر العاملة بالمنشات الرياضية. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٩ | - استخدام الأسلوب العلمي للتغلب على معوقات تنفيذ برامج الخطط الموضوعة. | ٩ | ٩٠% |
| ١٠ | يتم وضع خطط العمل بالمنشأت الرياضية فى ضوء أحتياجات العمل. | ١٠ | ١٠٠% |
| ١١ | تعتمد المنشأت فى خططها على الخطط قصيرة المدى . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٢ | تتميز الخطط داخل المنشأت الرياضية بالواقعية والأستقرار. | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٣ | يتم رسم السياسات داخل المنشأت الرياضية بدقة ووضوح. | ٨ | ٨٠% |
| ١٤ | تكون خطط المنشأت الرياضية نهائية وغير قابلة للتغيير . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٥ | تكون دراسة الأحتياجات المستقبلية للمنشأة عملية مستمرة داخل المؤسسة . | ١٠ | ١٠٠% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ١٦ | تحدد سياسات العمل داخل المنشأة فى ضوء أهداف المؤسسة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٧ | التعرف علي احتياجات المستقبل لا يتطلب مهارات خاصة من العاملين . | ٣ | ٣٠% |
| ١٨ | مشاركة العاملين بالمنشأت فى عملية التخطيط تساعد على التنفيذ الجيد للخطط | ١٠ | ١٠٠% |
| ١٩ | يتم مشاركة العاملين داخل المنشآت فى تحديد الإجراءات . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢٠ | تتم الإجراءات بناءاً على السياسات والأهداف داخل المنشآت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢١ | توزع الإجراءات على كافة المستويات التنظيمية داخل المنشأة . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢٢ | يتم مشاركة العاملين داخل المنشأت فى وضع السياسات . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢٣ | تتم كل عملية داخل المنشأت ضمن برامج زمنية محددة . | ٨ | ٨٠% |
| ٢٤ | وظيفة البرامج تنبيه المسئول عن التنفيذ فقط . | ١٠ | ١٠٠% |

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ٢٥ | يتم ترجمة الإجراءات والسياسات والأهداف فى صورة برامج . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢٦ | توضع البرامج داخل المنشآت وتكون قابلة للتعديل. | ١٠ | ١٠٠% |

تابع جدول (٤١) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول :

الأهداف لاستمارة الاستراتيجية المقترحة ومجموع المحور (ن=١٠)

| م | العبـــــــــــــارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الثالث : الإمكانات | | |
| | أولاً: الإمكانات المادية بالمنشات الرياضية والشبابية | ١٠ | ١٠٠% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ١ | - توجد إمكانات مادية بالمنشات الرياضية والشبابية يمكن استثمارها لزيادة العائد الاقتصادي عن طريق : | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | - استثمار المرافق والمنشات فى الهيئات التابعة للمجلس القومي للرياضة والشباب عن طريق الدعاية والإعلان ن للمنشأة. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | - توجد جداول زمنية لاستثمار المنشات الرياضية والشبابية أفض استثمار . | ٩ | ٩٠ % |
| ٤ | - يتم تحديد الأماكن الإعلانية الشاعرة فى المنشات الرياضية . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٥ | - يتم تحديد كيفية استثمار وإمكانات المنشأة المتوفرة قبل إقامة الدورات والبطولات الرياضية. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٦ | - توجد صيانة بصفة دورية للمنشأة التابعة للمجلس القومي للرياضة والشباب . | ١٠ | ١٠٠% |

| ٧ | - توجد مساحات شاغرة بالمنشأت الرياضية يمكن استثمارها لزيادة العائد المادي. | ١٠ | ١٠٠% |
|---|---|---|---|
| ٨ | - توجد إمكانات بشرية بالمنشأت الرياضية يمكن استغلالها لزيادة العائد الاقتصادي . | ٤ | ٤٠ % |
| | - ثانياً: الإمكانات البشرية بالمنشأت الرياضية والشبابية ممكن استثمارها عن طريق: | | |
| ١ | - إعداد دورات تدريبية للعاملين بالمنشأت من قبل المجلس القومي للرياضة والشباب . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | - نشر ثقافة الاستثمار للعاملين بالمنشأت الرياضية. | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | - إعداد دورات تدريبية منتظمة لمديري المنشات في الاستثمار والتسويق الجيد للمنشات. | ٩ | ٩٠ % |
| ٤ | - تشجيع المستثمرين للعمل بالمنشأت الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ٥ | - عمل تسهيلات تشجيع المستثمرين لاستثمار المنشات الرياضية . | ١٠ | ١٠٠% |
| | المحور الرابع : الإعلانات | | |
| ١ | يجب استغلال الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية في عمل الدعاية والإعلان . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٢ | يجب الاتفاق علي منح الشركات الاستثمارية الراعية للفرق الرياضية حق الدعاية والإعلان مقابل عائد مادي مناسب للمنشآت . | ١٠ | ١٠٠% |
| ٣ | يجب استخدام وسائل الإعلان المختلفة للدعاية للفرق الرياضية كمصدر لجذب رؤوس الأموال بالأندية والمنشآت الرياضية . | ٩ | ٩٠% |
| ٤ | يجب كتابة اسم الراعي الرسمي للفرق الرياضية علي لوحة الإعلانات والأماكن الشاغرة مقابل عائد مادي مناسب . | ١٠ | ١٠٠% |

تابع جدول (٤١) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع :

الإعلانات لاستمارة الاستراتيجية المقترحة ومجموع المحور (ن=١٠)

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ٤ | يجب كتابة اسم الراعي الرسمي للفرق الرياضية علي لوحة الإعلانات والأماكن الشاغرة مقابل عائد مادي مناسب . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٥ | يجب عمل موقع خاص علي شبكة المعلومات الدولية ( الانترنت ) موضحا فيه وصف تفصيلي عن الخدمات الرياضية داخل المنشأة الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | تسويق الإعلانات يساعد علي زيادة إيرادات المنشآت الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٧ | يجب وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية والشباب. | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٨ | تقوم إدارة المنشآت أو المنشأة بإعطاء حق الامتياز لنوع إعلان معين لنشاط رياضي محدد بعائد مادي مناسب . | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| | المحور الخامس : تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات | | |
| ١ | يستعين مسئولي المنشآت بوكلاء للدعاية والإعلان عن البطولات والاحتفالات الكبري . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | تقوم إدارة المنشآت بتسويق البطولات والمباريات والاحتفالات الهامة من خلال المحلات الرياضية والإعلانات لجذب رؤوس الأموال . | ٩ | %٩٠ |
| ٣ | التعاقد مع الشركات الاستثمارية لتغطية احتياجات المنشآت مقابل الدعاية والإعلان لها في المباريات والبطولات والاحتفالات . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | يتم استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة والدعاية لجذب المستثمرين للاستثمار بالمنشآت الرياضية والشبابية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٥ | يجب استقطاب المؤسسات الرياضية لإقامة البطولات والاحتفالات مقابل خصم مادي . | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٦ | يجب دعوة كبار المسئولين ورجال السياسة والفن والرياضة أثناء إقامة الاحتفالات والبطولات لزيادة الاقبال الجماهيري وبالتالي زيادة العائد المادي للمنشآت . | ٨ | ٨٠% |
|---|---|---|---|
| | المحور السادس : الرعاية الرياضية: | | |
| ١ | المواءمة بين أحتياجات الراعى وأهداف المنشأت تعمل على زيادة عملية التسويق . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | الحقوق الممنوحة للشركات الراعية والمدارس الرياضية تكون واضحة وواقعية لتحقيق دخل مناسب . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | أستثمار المنشآت الرياضية والعمل على تسويقها من خلال الشركات بإستغلال الأماكن الشاغرة للدعاية والإعلان . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | الأنشطة الرياضية التى تمارس داخل المنشآت الرياضية تشبع أحتياجات الأفراد وتعمل على سعادة أفراد الأسرة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٥ | تشجيع الدولة المستثمرين للاستثمار فى المنشآت الرياضية مقابل بعض التسهيلات . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | تحدد مساحة يومية فى لوحة الأعلانات لتحديد أوقات وأماكن أقامة الأنشطة الرياضية وأنواعها داخل المنشآت . | ١٠ | ١٠٠ % |

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ٧ | يوجد موقع خاص على شبكة المعلومات الدولية يوضح الخدمات الرياضية داخل المنشآت | ٩ | ٩٠% |

تابع جدول (٤١) معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس :

الرعاية الرياضية لاستمارة الاستراتيجية المقترحة ومجموع المحور (ن=١٠)

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ٨ | يقوم فريق عمل متميز بالتسويق للشركات الراعية والمدارس الرياضية داخل المنشآت. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٩ | من أهداف المدارس الرياضية أكساب الصحة الجيدة مما يزيد أعداد الممارسين وأثره على زيادة الدخل بالمنشآت . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٠ | المدارس الرياضية تعمل على رفع مستوى اللاعب مما يزيد من فرص أحترافه وتسويق المنشآت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| | المحور السابع : الإستثمار والتسويق: | | |

| ١ | توجد تشريعات خاصة بالرياضة فى مجالات الاستثمار المختلفة بالدولة . | ١٠ | ١٠٠ % |
|---|---|---|---|
| ٢ | توجد لوائح تنظيم العمل الأستثمارى فى الدولة فى مجال الرياضة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | الأقتناع بالرياضة كمجال من مجالات الاستثمار فى الدولة . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٤ | توجد بيانات كافية تساعد المستثمر على أجراء دراسات جدوى سليمة فى مجال الرياضة. | ٨ | %٨٠ |
| ٥ | حجم الأستثمارات المخصصة للمنشأت فى الخطط الاستثمارية مناسبة. | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٦ | توجد قرارات وزارية توجه المستثمر للإستثمار فى المجال الرياضى والمنشأت الرياضية | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٧ | توجد خريطة أستثمارية للمنشأت الرياضية توضح المنشأت التى يمكن الإستثمار فيها . | ٩ | %٩٠ |
| ٨ | توجد خبرة علمية وعملية فى مجال الإستثمار الرياضى لدى العاملين بالمنشأت الرياضية | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٩ | توجد بنية أساسية للمنشأت تساعد علي الاستثمار المستر والمستقر . | ٣ | ٣٠% |
|---|---|---|---|
| ١٠ | توجد خريطة لترويج المنشأت الرياضية على مدار العام . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١١ | يتم الأستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٢ | يتم متابعة تنفيذ برامج الترويج للمنشأت الرياضية وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية لها | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٣ | يتم تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها . | ٨ | ٨٠% |
| ١٤ | يتم تدريب القائمين على المنشأت الرياضية على الأساليب الجديدة للتسويق والأستثمار . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ١٥ | توجد خطة لتحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الأستثمارية بما يحقق أعلى عائد أقتصادى. | ١٠ | ١٠٠ % |

تابع جدول (٤١) معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس :

الرعاية الرياضية لاستمارة الاستراتيجية المقترحة ومجموع المحور (ن=١٠)

| م | العبارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| | المحور الثامن : التمويل :- | | |
| ١ | يوجد نص تشريعى من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومى للمنشآت الرياضية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٢ | توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٣ | يوجد أهتمام من القيادات العليا بالمجلس القومى للرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية . | ٨ | ٨٠ % |
| ٤ | يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٥ | القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشأت . | ١٠ | ١٠٠ % |

| ٦ | نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومى عام بعد عام للمنشأت الرياضية . | ٩ | ٩٠ % |
|---|---|---|---|
| ٧ | يفضل فى أختيار مديرى المنشأت أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى . | ١٠ | ١٠٠ % |
| ٨ | يجب الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة . | ٨ | ٨٠ % |
| ٩ | الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفى بالاحتياجات المالية . | ١٠ | ١٠٠ % |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من الجدول (٤١) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين ( ٤٠ % : ١٠٠ % ) وفي ضوء ذلك ارتضي الكاتب نسبة ٧٠ % فأكثر وثم استبعاد العبارات التي لم تحصل علي هذه النسبة بالإضافة إلي تعديل وصياغة بعض العبارات بناءا علي أراء السادة الخبراء حيث انه تم حذف (٥) عبارات رقم (١٨ في المحور الأول ، ١ في المحور الثاني ، ١٧ في المحور الثاني ، ٨ في المحور الثالث ،٩ في المحور السابع ) لاستمارة

الاستراتيجية المقترحة للاستثمار المنشأت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد .

وجدول (٤٢) يوضح عدد عبارات الاستبيان الخاص باستمارة لاستمارة الاستراتيجية المقترحة للاستثمار المنشأت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد قبل وبعد العرض علي الخبراء .

جدول (٤٢)عدد عبارات الاستبيان الخاص لاستمارة الاستراتيجية المقترحة للاستثمار المنشأت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد قبل وبعد العرض علي الخبراء

| م | المحـــــــــاور | عدد العبارات قبل العرض علي الخبراء | حذف | إضافة | عدد العبارات بعد العرض علي الخبراء |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ | المحور الأول: الأهداف . | ٢١ | ١ | - | ٢٠ |
| ٢ | المحور الثاني: التخطيط . | ٢٦ | ٢ | - | ٢٤ |
| ٣ | المحور الثالث: الإمكانات . | ١٣ | ١ | - | ١٢ |
| ٤ | المحور الرابع: الإعلانات . | ٨ | - | - | ٨ |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ٥ | المحور الخامس: تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات. | ٥ | - | - | ٥ |
| ٦ | المحور السادس: الرعاية الرياضية. | ١٠ | - | - | ١٠ |
| ٧ | المحور السابع: الاستثمار والتسويق. | ١٥ | ١ | - | ١٤ |
| ٨ | المحور الثامن: التمويل. | ٩ | - | - | ٩ |
| المجـــموع | | ١٠٧ | ٥ | - | ١٠٢ |

٤- الدراسة الاستطلاعية للاستبيان الخامس:

لاختبار وضوح عبارات الاستبيان قام الكاتب بإجراء دراسة استطلاعية تطبيق استمارة الاستبيان الخامسة الخاصة بالاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد علي عينة قوامها(٣٠) فرد من مجتمع البحث

ومن خارج عينة البحث ولها نفس مواصفات الأساسية في الفترة من ٢٠١٢/٤/٢م إلي ٢٠١٢/٤/١٥م وتم اختيارها بالطريقة العشوائية وذلك بغرض:

التأكد من صحة صياغة العبارات مع تعديل العبارات الغامضة.

التعرف علي المشكلات التي يمكن أن تواجه الكاتب أثناء التطبيق.

إيجاد المعاملات العلمية للاستمارة ( الصدق، والثبات) .

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسبا من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي مشكلات أو تعليقات توحي بالغموض وعدم الفهم .

٥- المعاملات العلمية للاستمارة:

صدق الاستمارة:

استخدم الكاتب صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٣٠) فرد من المجتمع ومن خارج العينة الأساسية.

جدول (٤٣)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول ( الأهداف )

ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | تطوير أسلوب العاملين بالمنشات الرياضية والشبابية . | ٣.٥٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٦ |
| ٢ | إعداد كوادر فنية متخصصة بالمنشات الرياضية والشبابية. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٨٢ |
| ٣ | نشر ثقافة الاستثمار الرياضة بالمنشات الرياضية والشبابية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٦ |
| ٤ | تنمية الموارد الذاتية للمنشات الرياضية والشبابية. | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٦ |
| ٥ | تغيير وتعديل مفاهيم الاستثمار بالمنشات الرياضية والشبابية . | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٨ |
| ٦ | تمويل الأنشطة الرياضية والشبابية من نشاط مستهلك إلى نشاط منتج . | ٣.٧٣ | ١.٥٣ | ٠.٧٩ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٧ | عمل بنية تحتية للمنشات الرياضية والشبابية | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٨ |
| ٨ | ربط وتوزيع المنشات الرياضية بالكثافة السكانية. | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٥ |
| ٩ | إعداد مكتبة رقمية للمنشات الرياضية والشبابية. | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٦ |
| ١٠ | إدارة وتشغيل المنشات الرياضية بأسلوب اقتصادي . | ٣.٦٠ | ١.٥٩ | ٠.٧٩ |
| ١١ | تحقيق التوازن في إعداد خطط توزيع المنشات الرياضية والشبابية | ٣.٦٠ | ١.٤٠ | ٠.٧٦ |
| ١٢ | تعميم مفاهيم الاستثمار الرياضي بالمنشات الرياضية والشبابية | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٦ |
| ١٣ | تطبيق مفاهيم العائد والتكلفة في إدارة المنشات الرياضية والشبابية | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٨٦ |
| ١٤ | يتم تحديد الأهداف بالمنشآت الرياضية فى ضوء الإمكانيات المادية والبشرية للهيئة . | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٩٠ |
| ١٥ | يتم تحديد الأهداف في المنشآت الرياضية بدقة ووضوح . | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٩١ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ١٦ | تكون أهداف المنشآت الرياضية نابعة من الهدف العام للمؤسسة . | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٩٣ |
| ١٧ | يكون لدى العاملين بالمنشآت معرفة بأهداف وخطط العمل. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٩١ |
| ١٨ | الهدف الأساسي للمنشأة هو تحقيق الربح . | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٩٢ |
| ١٩ | يراعى فى العمل أهداف المنشأة والعاملين لتقوية درجة الإنتماء المتبادل بين الطرفين . | ٣.٣٣ | ١.٦٧ | ٠.٩٣ |
| ٢٠ | إشباع احتياجات الأفراد أهم أهداف المنشآت الرياضية فى تقديم الخدمات. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٩١ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٤٣) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول (الأهداف ) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧٦ : ٠.٩٣ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول ( ٤٤ )

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني ( التخطيط )
ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| | المحو الثاني: التخطيط: يجب وضع خطة أستثمارية بالمنشات الرياضية تشتمل على:- | | | |
| ١ | استثمار المنشات الرياضية والشبابية . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٧ |
| ٢ | عمل برامج زمنية للتسويق. | ٣.٦٠ | ١.٥٩ | ٠.٨٤ |
| ٣ | أساليب مختلفة للدعاية والإعلان. | ٣.٥٣ | ١.٤٨ | ٠.٨٣ |
| ٤ | ترويج البطولات والأحداث داخل المنشات . | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٥ |
| ٥ | استقلال موارد المنشات فى مشروعات خدمية هادفة. | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٧ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٦ | تغطية احتياجات العاملين بالمنشات الرياضية | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٧ |
| ٧ | تدريب الكوادر العاملة بالمنشات الرياضية. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٧ |
| ٨ | استخدام الأسلوب العلمي للتغلب على معوقات تنفيذ برامج الخطط الموضوعة. | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٥ |
| ٩ | يتم وضع خطط العمل بالمنشأت الرياضية فى ضوء أحتياجات العمل. | ٣.٤٧ | ١.٤٦ | ٠.٨٣ |
| ١٠ | تعتمد المنشأت فى خططها على الخطط قصيرة المدى . | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٥ |
| ١١ | تتميز الخطط داخل المنشأت الرياضية بالواقعية والأستقرار. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٨١ |
| ١٢ | يتم رسم السياسات داخل المنشأت الرياضية بدقة ووضوح. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٨٢ |
| ١٣ | تكون خطط المنشأت الرياضية نهائية وغير قابلة للتغيير . | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٩ |

| ١٤ | تكون دراسة الأحتياجات المستقبلية للمنشأة عملية مستمرة داخل المؤسسة | ٣.٢٧ | ١.٧٢ | ٠.٩٠ |
|---|---|---|---|---|
| ١٥ | تحدد سباسات العمل داخل المنشأة فى ضوء أهداف المؤسسة . | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٩١ |
| ١٦ | مشاركة العاملين بالمنشأت فى عملية التخطيط تساعد على التنفيذ الجيد للخطط. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٩٣ |
| ١٧ | يتم مشاركة العاملين داخل المنشآت فى تحديد الإجراءات . | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٩٣ |
| ١٨ | تتم الإجراءات بناءاً على السياسات والأهداف داخل المنشآت الرياضية. | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٩١ |
| ١٩ | توزع الإجراءات على كافة المستويات التنظيمية داخل المنشأة . | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٩٣ |
| ٢٠ | يتم مشاركة العاملين داخل المنشأت فى وضع السياسات . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٩١ |

| ٢١ | تتم كل عملية داخل المنشأت ضمن برامج زمنية محددة . | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٩٢ |
|---|---|---|---|---|
| ٢٢ | وظيفة البرامج تنبيه المسئول عن التنفيذ فقط | ٣.٥٣ | ١.٥٧ | ٠.٩٢ |
| ٢٣ | يتم ترجمة الإجراءات والسياسات والأهداف فى صورة برامج . | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٩٤ |
| ٢٤ | توضع البرامج داخل المنشآت وتكون قابلة للتعديل. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٩٢ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٤٤) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني (التخطيط ) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٨١ : ٠.٩٤ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥ ) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٤٥ )

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث ( الإمكانات )
ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| | المحور الثالث : الإمكانات<br>أولاً: الإمكانات المادية بالمنشات الرياضية والشبابية | | | |
| ١ | - توجد إمكانات مادية بالمنشات الرياضية والشبابية يمكن استثمارها لزيادة العائد الاقتصادي عن طريق : | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٧ |
| ٢ | - استثمار المرافق والمنشات فى الهيئات التابعة للمجلس القومي للرياضة والشباب عن طريق الدعاية والإعلان ن للمنشأة. | ٣.٣٣ | ١.٦٧ | ٠.٨٤ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٣ | - توجد جداول زمنية لاستثمار المنشات الرياضية والشبابية أفض استثمار . | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٤ |
| ٤ | - يتم تحديد الأماكن الإعلانية الشاعرة فى المنشات الرياضية . | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٦ |
| ٥ | - يتم تحديد كيفية استثمار وإمكانات المنشأة المتوفرة قبل إقامة الدورات والبطولات الرياضية. | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٨٦ |
| ٦ | - توجد صيانة بصفة دورية للمنشأة التابعة للمجلس القومي للرياضة والشباب . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٦ |
| ٧ | - توجد مساحات شاغرة بالمنشأت الرياضية يمكن استثمارها لزيادة العائد المادي. | ٣.٣٣ | ١.٤٩ | ٠.٨١ |
| | - ثانياً: الإمكانات البشرية بالمنشأت الرياضية والشبابية ممكن استثمارها عن طريق : | | | |
| ١ | - إعداد دورات تدريبية للعاملين بالمنشأت من قبل المجلس القومي للرياضة والشباب . | ٢.٩٣ | ١.٥٣ | ٠.٨٣ |
| ٢ | - نشر ثقافة الاستثمار للعاملين بالمنشأت الرياضية. | ٣.٣٣ | ١.٤٩ | ٠.٨١ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٣ | - إعداد دورات تدريبية منتظمة لمديري المنشات في الاستثمار والتسويق الجيد للمنشات | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٨٧ |
| ٤ | - تشجيع المستثمرين للعمل بالمنشأت الرياضية والشبابية . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٥ |
| ٥ | - عمل تسهيلات تشجيع المستثمرين لاستثمار المنشات الرياضية . | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٩٠ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٤٥) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث (الإمكانات ) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٨١: ٠.٩٠ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

جدول (٤٦) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع ( الإعلانات )

ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة استغلال الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية في عمل الدعاية والإعلان | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٨١ |
| ٢ | ضرورة الاتفاق علي منح الشركات الاستثمارية الراعية للفرق الرياضية حق الدعاية والإعلان مقابل عائد مادي مناسب للمنشآت | ٣.٤٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |
| ٣ | ضرورة استخدام وسائل الإعلان المختلفة للدعاية للفرق الرياضية كمصدر لجذب رؤوس الأموال بالأندية والمنشآت الرياضية | ٣.٤٠ | ١.٤٣ | ٠.٧٩ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٤ | ضرورة كتابة اسم الراعي الرسمي للفرق الرياضية علي لوحة الإعلانات والأماكن الشاغرة مقابل عائد مادي مناسب | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٣ |
| ٥ | ضرورة عمل موقع خاص علي شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) موضحا فيه وصف تفصيلي عن الخدمات الرياضية داخل المنشأة الرياضية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٣ |
| ٦ | تسويق الإعلانات يساعد علي زيادة إيرادات المنشآت الرياضية والشبابية. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٤ |
| ٧ | ضرورة وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية والشباب. | ٣.٢٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٢ |
| ٨ | ضرورة أن تقوم إدارة المنشآت أو المنشأة بإعطاء حق الامتياز لنوع إعلان معين لنشاط رياضي محدد بعائد مادي مناسب . | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٨٣ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول رقم (٤٦) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع (الإعلانات) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧٩ : ٠.٨٤) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٤٧)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس ( تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات ) مجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة أن يستعين مسئولي المنشآت بوكلاء للدعاية والإعلان عن البطولات والاحتفالات الكبري. | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٤ |
| ٢ | ضرورة أن تقوم إدارة المنشآت بتسويق البطولات والمباريات والاحتفالات الهامة من خلال المحلات الرياضية والإعلانات لجذب رؤوس الأموال. | ٣.١٣ | ١.٧٤ | ٠.٨٣ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٣ | ضرورة التعاقد مع الشركات الاستثمارية لتغطية احتياجات المنشآت مقابل الدعاية والإعلان لها في المباريات والبطولات والاحتفالات. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٠ |
| ٤ | لا يتم استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة والدعاية لجذب المستثمرين للاستثمار بالمنشآت الرياضية والشبابية. | ٣.١٣ | ١.٥٧ | ٠.٧٨ |
| ٥ | ضرورة استقطاب المؤسسات الرياضية لإقامة البطولات والاحتفالات مقابل خصم مادي. | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٧٩ |
| ٦ | ضرورة دعوة كبار المسئولين ورجال السياسة والفن والرياضة أثناء إقامة الاحتفالات والبطولات لزيادة الاقبال الجماهيري وبالتالي زيادة العائد المادي للمنشآت. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٧٦ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٤٧) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس (تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٦: ٠.٨٤) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

جدول (٤٨) معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس

( الرعاية الرياضية ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ضرورة المواءمة بين أحتياجات الراعى وأهداف المنشأت تعمل على زيادة عملية التسويق . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٥ |
| ٢ | الحقوق الممنوحة للشركات الراعية والمدارس الرياضية يجب أن تكون واضحة وواقعية لتحقيق دخل مناسب . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٤ |
| ٣ | أستثمار المنشآت الرياضية والعمل على تسويقها من خلال الشركات بإستغلال الأماكن الشاغرة للدعاية والإعلان . | ٣.٢٧ | ١.٧٢ | ٠.٨٢ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٤ | الأنشطة الرياضية التى تمارس داخل المنشآت الرياضية تشبع أحتياجات الأفراد وتعمل على سعادة أفراد الأسرة . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٣ |
| ٥ | لا تشجيع الدولة المستثمرين للاستثمار فى المنشآت الرياضية مقابل بعض التسهيلات . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٨٣ |
| ٦ | ضرورة أن تحدد مساحة يومية فى لوحة الأعلانات لتحديد أوقات وأماكن أقامة الأنشطة الرياضية وأنواعها داخل المنشآت . | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٨٤ |
| ٧ | لا يوجد موقع خاص على شبكة المعلومات الدولية يوضح الخدمات الرياضية داخل المنشآت | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٥ |
| ٨ | لا يوجد فريق عمل متميز بالتسويق للشركات الراعية والمدارس الرياضية داخل المنشآت . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |
| ٩ | من أهداف المدارس الرياضية أكساب الصحة الجيدة مما يزيد أعداد الممارسين وأثره على زيادة الدخل بالمنشآت . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٤ |

| ١٠ | المدارس الرياضية تعمل على رفع مستوى اللاعب مما يزيد من فرص أحترافه وتسويق المنشآت الرياضية . | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٨٢ |
|---|---|---|---|---|

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٤٨) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور السادس (الرعاية الرياضية) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٨١ : ٠.٨٥) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٤٩)معاملات الارتباط بين عبارات المحور السابع

( الاستثمار والتسويق )ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا توجد تشريعات خاصة بالرياضة فى مجالات الاستثمار المختلفة بالدولة . | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٠ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٢ | لا توجد لوائح تنظيم العمل الأستثمارى فى الدولة فى مجال الرياضة. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٧٢ |
| ٣ | لا يوجد اقتناع بالرياضة كمجال من مجالات الاستثمار فى الدولة . | ٣.٩٣ | ١.٣٦ | ٠.٥٨ |
| ٤ | توجد بيانات كافية تساعد المستثمر على أجراء دراسات جدوى سليمة فى مجال الرياضة. | ٣.٦٠ | ١.٥٠ | ٠.٦٨ |
| ٥ | حجم الأستثمارات المخصصة للمنشأت فى الخطط الاستثمارية غير كافية. | ٣.٦٧ | ١.٥٢ | ٠.٦٧ |
| ٦ | لا توجد قرارات وزارية توجه المستثمر للإستثمار فى المجال الرياضى والمنشأت الرياضية | ٣.٤٠ | ١.٥٢ | ٠.٧٦ |
| ٧ | لا توجد خريطة أستثمارية للمنشأت الرياضية توضح المنشأت التى يمكن الإستثمار فيها . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٠ |
| ٨ | لا توجد خبرة علمية وعملية فى مجال الإستثمار الرياضى لدى العاملين بالمنشأت الرياضية | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٥ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٩ | لا توجد خريطة لترويج المنشأت الرياضية على مدار العام . | ٣.٠٠ | ١.٦٦ | ٠.٨٤ |
| ١٠ | لا يتم الأستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضية . | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٨٢ |
| ١١ | لا يتم متابعة تنفيذ برامج الترويج للمنشأت الرياضية وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية لها. | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨٢ |
| ١٢ | لا يتم تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها . | ٣.١٣ | ١.٦٦ | ٠.٨٧ |
| ١٣ | يوجد قصور في تدريب القائمين على المنشأت الرياضية على الأساليب الجديدة للتسويق والأستثمار. | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٩ |
| ١٤ | لا توجد خطة واضحة لتحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الأستثمارية بما يحقق أعلى عائد أقتصادى. | ٣.٠٧ | ١.٧٠ | ٠.٨٩ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦.

يتضح من جدول (٤٩) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور السابع (الاستثمار والتسويق ) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٥٨ : ٠.٨٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

جدول (٥٠)معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثامن ( التمويل ) ومجموع المحور (ن=٣٠)

| م | العبـــــــــــــارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لا يوجد نص تشريعى من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومى للمنشآت الرياضية . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٥ |
| ٢ | لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية. | ٣.٢٧ | ١.٦٤ | ٠.٨٤ |
| ٣ | لا يوجد أهتمام كافي من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية . | ٣.٤٠ | ١.٦١ | ٠.٨٢ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٤ | يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى . | ٣.٢٠ | ١.٦١ | ٠.٨٥ |
| ٥ | القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية لا تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشأت . | ٣.٤٧ | ١.٦٣ | ٠.٨٢ |
| ٦ | نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومى عام بعد عام للمنشأت الرياضية . | ٣.٢٧ | ١.٥٥ | ٠.٨١ |
| ٧ | يفضل فى أختيار مديرى المنشأت أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى للمنشآة. | ٣.٣٣ | ١.٥٨ | ٠.٨٠ |
| ٨ | يجب الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة . | ٣.٠٧ | ١.٦٢ | ٠.٧٨ |
| ٩ | الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفى بالاحتياجات المالية . | ٢.٩٣ | ١.٦٢ | ٠.٧٤ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٥٠) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثامن (التمويل) والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٧٤ : ٠.٨٥) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

جدول (٥١ )معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي

لاستمارة الاستراتيجية المقترحة (ن=٣٠)

| م | المحـــــــور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر المحسوبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | المحور الأول | ٦٨.٧٣ | ٢٧.٢٠ | ٠.٩٩ |
| ٢ | المحور الثاني | ٨١.٨٠ | ٣٣.٣٨ | ٠.٩٩ |
| ٣ | المحور الثالث | ٣٨.٤٧ | ١٦.٠٣ | ٠.٩٨ |
| ٤ | المحور الرابع | ٢٦.٥٣ | ١٠.٠٢ | ٠.٩٧ |
| ٥ | المحور الخامس | ١٩.٤٧ | ٧.٧٢ | ٠.٩٥ |
| ٦ | المحور السادس | ٣١.٦٧ | ١٣.٦٢ | ٠.٩٨ |
| ٧ | المحور السابع | ٤٦.٦٠ | ١٧.٤٠ | ٠.٩٧ |
| ٨ | المحور الثامن | ٢٩.١٣ | ١١.٧٣ | ٠.٩٦ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٥١) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور لاستمارة الاستراتيجية المقترحة والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ( ٠.٩٥ : ٠.٩٩ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي ( ٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

- ثبات الاستبيان :

استخدم الكاتب طريقة التطبيق واعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان، وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من المجتمع وخارج العينة الأساسية، وذلك بفاصل زمنى قدره (١٥) يوماً ويوضح الجدول رقم (٥٢) ذلك:

جدول(٥٢ )معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لمحاور استمارة الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية (ن=٣٠)

| م | المحـــــاور | التطبيق الأول | | التطبيق الثاني | | قيمة ر |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | م | ع | م | ع | |
| ١ | المحور الأول | ٦٨.٧٣ | ٢٧.٢٠ | ٦٧.٥٣ | ٢٦.٣٤ | ٠.٩٩ |
| ٢ | المحور الثاني | ٨١.٨٠ | ٣٣.٣٨ | ٨١.١٣ | ٣٢.١٦ | ٠.٩٩ |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ٣ | المحور الثالث | ٣٨.٤٧ | ١٦.٠٣ | ٣٧.٤٧ | ١٥.٧٥ | ٠.٩٨ |
| ٤ | المحور الرابع | ٢٦.٥٣ | ١٠.٠٢ | ٢٥.٧٣ | ٩.٤٤ | ٠.٩٥ |
| ٥ | المحور الخامس | ١٩.٤٧ | ٧.٧٢ | ١٩.٠٧ | ٧.٩٣ | ٠.٩٧ |
| ٦ | المحور السادس | ٣١.٦٧ | ١٣.٦٢ | ٣١.٠٧ | ١٣.٧٤ | ٠.٩٧ |
| ٧ | المحور السابع | ٤٦.٦٠ | ١٧.٤٠ | ٤٥.٤٠ | ١٧.٠٧ | ٠.٩٥ |
| ٨ | المحور الثامن | ٢٩.١٣ | ١١.٧٣ | ٢٨.٤٠ | ١١.٦٢ | ٠.٩٨ |
| ٩ | الاستمارة ككل | ٣٤٢.٤٠ | ١٣٦.٠٧ | ٣٣٥.٨٠ | ١٣٢.٨٧ | ٠.٩٧ |

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول (٥٢) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لمحاور استمارة الاستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشأت الرياضية تراوحت ما بين (٠.٩٥: ٠.٩٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيا عند مستوي( ٠.٠٥) مما يشير إلي ثبات الاستمارة.

- تطبيق الاستبيان الخامس في صورته النهائية :

بعد إجراء المعاملات العلمية للاستبيان الخامس والتحقق من صدق العبارات وثباتها وذلك باستبعاد العبارات غير الصادقة) استقر الاستبيان في صورته النهائية (مرفق ١١) والمشتمل علي (١٠٤) عبارة لعدد (٨) محور.

- الدراسة الأساسية:

قام الكاتب بتطبيق الاستبيان الخامس في صورته النهائية علي أفراد العينة الأساسية من العاملين بمديريات الشباب والرياضية بمحافظات جنوب الصعيد (سوهاج – قنا – الأقصر – أسوان) وعينة من الإدارة المركزية للاستثمار ومكاتب وشركات الاستثمار وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢/٨/٥ إلي ٢٠١٢/٩/١٥م، وفقا لميزان التقدير الثلاثي ( أوافق – إلي حد ما – لا أوافق).

وقد تم تصحيح الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة (أوافق) خمس درجات والإجابة (إلي حد ما) ثلاث درجات والإجابة (لا أوافق) درجة واحدة وتم تجميع البيانات وتنظيمها وجدولتها ومعالجتها إحصائيا.

المعالجات الأحصائية المستخدمة:

قد استخدم الكاتب المعالجات الإحصائية التالية:-

المتوسط الحسابى.

الانحراف المعيارى.

معامل الارتباط.

الاهمية النسبية.

الدرجة المقدرة.

## الفصل الرابع

## النتائج:

تحقيقاً للأهداف ووصولاً للإجابة على التساؤلات وفي حدود ما توصلنا إليه من بيانات نحاول عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

### أولاً : الإجابة على التساؤل الأول:-

١- واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب:

للإجابة على التساؤل الأول سوف نتناولها لعرض ومناقشة وتفسير النتائج والخاص بالتعرف على واقع خطط الإستثمار بوزارتي الرياضة والشباب من خلال التعرف على هذه الخطط ومردودها على أفراد العينة وذلك بالتعرف على (الجوانب القانونية والتشريعية – الجوانب الإدارية – الجوانب الفنية – جوانب الوعى بالإستثمار الرياضى – جوانب الوعى بالسياسة الرياضية). وذلك على النحو التالى:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات

العينة في المحور الأول الجوانب القانونية والتشريعية

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| لا توجد قوانين ولوائح خاصة تشجع على أستثمار المنشأت الرياضية والشبابية. | ٣٠٢ | ٧١.٩٠ | ٣٤٧ | ٧٣.٠٥ | ١٨٩ | ٦٨.٧٣ | ٢٤٤ | ٨٤.١٤ | ٣٠ | ٦٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| لا توجد تسهيلات تشجع المستثمرين على الإستثمار فى المنشأت الرياضية والشبابية | ٣١٠ | ٧٣.٨١ | ٣٣٥ | ٧٠.٥٣ | ١٩٥ | ٧٠.٩١ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٢ | ٦٤ | ٦٠ | ٦٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لاتوجد قوانين خاصة بكيفية المعاملة مع الإستثمار فى المنشأت الرياضية والشبابية | ٢٩٢ | ٦٩.٥٢ | ٣٤٣ | ٧٢.٢١ | ٢٠٣ | ٧٣.٨٢ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٢ | ٦٤ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| لا توجد لوائح تنظيم العمل الإستثمارى بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٤٣ | ٧٢.٢١ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ٢٠٠ | ٦٨.٩٧ | ٣٤ | ٦٨ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| لا توجد قرارات وزارية تتيح أستثمار مرافق المنشأت الشبابية والرياضية | ٢٩٦ | ٧٠.٤٨ | ٣٥٣ | ٧٤.٣٢ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٣٢ | ٦٤ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يوجد نص تشريعى فى اللوائح المنظمة لعمل المنشأت يحمى التسويق الرياضى | ٣٠٠ | ٧١.٤٣ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ٢٠٣ | ٧٣.٨٢ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٦ | ٧٢ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| توجد لوائح وقوانين ثابتة تحمى المنشأت الرياضية والمستثمرين من المخالفات القانونية. | ٣٠٠ | ٧١.٤٣ | ٣٤٩ | ٧٣.٤٧ | ١٩٩ | ٧٢.٣٦ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٦ | ٧٢ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| توجد صيغة عقود مبرمة واضحة تضمن حق المستثمر والمنشأة | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٤٩ | ٧٣.٤٧ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ١٨٨ | ٦٤.٨٣ | ٣٢ | ٦٤ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٤٣٢ | ٧٢.٣٨ | ٢٧٥٦ | ٧٢.٥٣ | ١٥٦٨ | ٧١.٢٧ | ١٦٧٨ | ٧٢.٣٣ | ٢٦٤ | ٦٦ | ٥٩٢ | ٧٤.٠٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات للعينة في مجموع المحور الأول لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٦٩.٥٢:٧٥.٧١)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٠.٥٣: ٧٤.٣٢)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٦٨.٧٣: ٧٣.٨٢) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٤.٨٣: ٨٤.١٤)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٦٠: ٧٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٠: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٦: ٧٤).

أولاً: الجوانب القانونية والتشريعية:-

يتضح من خلال الجدول فى محور الجوانب القانونية والتشريعية بالنسبة لواقع خطط الإستثمار بوزارتي الرياضة والشباب أن العبارة (٢) قد حصلت على نسبة (٦٠% ) وهى أقل نسبة فى المحور مما يدل على أنه لا يوجد تسهيلات فعلية تشجع المستثمرين على الإستثمار فى المنشآت الشبابية والرياضية، وكذلك العبارة (٣) حصلت على نسبة (٦٦%) والتى توضح أنه لا توجد قوانين خاصة بكيفية المعاملة مع الإستثمار فى هذه المنشآت، أما باقى العبارات فقد تراوحت ما بين (٧٢% ، ٨٤% ) وكانت النسبة المئوية لمجموع محور الجوانب القانونية والتشريعية ما بين ( ٦٦: ٧٤%)،

ويوضح ذلك أنه توجد قوانين ولوائح للمنشآت الرياضية الحكومية والأهلية ولكنها لا تكفى للعمل على زيادة التمويل من مصادر أخرى غير حكومية، وهذا ما يتفق مع دراسة خالد السيد أحمد (٢٠٠٨)(٢٢) فى أن القوانين واللوائح التنظيمية الموجودة حالياً لا تشجع ولا تكفى لزيادة التمويل الذاتى ولا توجد نصوص قانونية تحكم طبيعة العلاقة بين المستثمر والنادى أو المنشأة وتتفق نتائج هذه الدراسة أيضا مع دراسة إيمان محمد أحمد(٢٠٠٦) (٩) فى أنه لا يوجد قوانين ولوائح خاصة تشجع على الإستثمار وذلك لعدم وجود نص صريح ضمن قانون الإستثمار يخص المجال الرياضى وعدم وجود قوانين خاصة توضح للمستثمر كيفية الإستثمار فى المنشآت الرياضية.

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثاني الجوانب الإدارية

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| لا توجد إدارة متخصصة لإصدار التصاريح الخاصة بالإستثمار بوزارتي الرياضة والشباب. | ٣٠٢ | ٧١.٩٠ | ٣٥٣ | ٧٤.٣٢ | ٢٠٣ | ٧٣.٨٢ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٣٨ | ٧٦ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| الفترة الزمنية لإصدار تصاريح الإستثمار كبيرة. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٩٧ | ٧١.٦٤ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٣٦ | ٧٢ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **لا توجد جهة حكومية لخدمة الإستثمار الرياضى.** | ٢<br>٨<br>٤ | ٦٧.<br>٦٢ | ٣<br>٤<br>٧ | ٧٣<br>.٠<br>٥ | ١<br>٩<br>٩ | ٧٢.<br>٣٦ | ١<br>٩<br>٢ | ٦٦.<br>٢١ | ٣<br>٦ | ٧<br>٢ | ٧<br>٦ | ٧٦.<br>٠٠ |
| **لا توجد تسهيلات فى الإجراءات الإدارية الخاصة بالمستثمر** | ٢<br>٧<br>٦ | ٦٥.<br>٧١ | ٣<br>٤<br>١ | ٧١<br>.٧<br>٩ | ٢<br>٠<br>٥ | ٧٤.<br>٥٥ | ١<br>٨<br>٢ | ٦٢.<br>٧٦ | ٣<br>٠ | ٦<br>٠ | ٧<br>٢ | ٧٢.<br>٠٠ |
| **توجد خطة أستثمارية بوزارتي الرياضة والشباب لا توضح الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها بالمنشأت الرياضية والشبابية.** | ٣<br>٠<br>٨ | ٧٣.<br>٣٣ | ٣<br>٣<br>٩ | ٧١<br>.٣<br>٧ | ٢<br>٠<br>٣ | ٧٣.<br>٨٢ | ٢<br>٠<br>٤ | ٧٠.<br>٣٤ | ٣<br>٦ | ٧<br>٢ | ٨<br>٢ | ٨٢.<br>٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توجد قاعدة من البيانات تساعد على أتخاذ القرار الإستثمارى فى بوزارتي الرياضة والشباب. | ٢٩٨ | ٧٠.٩٥ | ٣٣٥ | ٧٠.٥٣ | ٢٠١ | ٧٣.٠٩ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٣٤ | ٦٨ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| الإجراءات الإدارية من أهم المعوقات التى تواجه الإستثمار بالمنشأت الرياضية والشبابية | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٤٥ | ٧٢.٦٣ | ١٩٧ | ٧١.٦٤ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٣٦ | ٧٢ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| توجد معرفة بالخطوات اللازمة لكيفية الإستثمار بالمنشأت الرياضية والشبابية | ٢٩٨ | ٧٠.٩٥ | ٣٢١ | ٦٧.٥٨ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٣٠ | ٦٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| صعوبة التعامل بين المستثمر والقائمين على إدارة المنشآت الرياضية والشبابية. | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٢١ | ٦٧.٥٨ | ١٩٧ | ٧١.٦٤ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٨ | ٧٦ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٦٩٦ | ٧١.٣٢ | ٣٠٣٩ | ٧١.٠٩ | ١٧٩٥ | ٧٢.٥٣ | ١٨٤٨ | ٧٠.٨٠ | ٣١٤ | ٦٩.٧٨ | ٦٨٦ | ٧٦.٢٢ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثاني لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب، بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٦٥.٧١:٧٤.٧٦)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٦٧.٥٨: ٧٤.٣٢)ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٠.١٨: ٧٤.٥٥) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٢.٧٦: ٨٠)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٦٠: ٧٦)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٢)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين(٦٩.٧٨: ٧٦.٢٢).

ثانياً: الجوانب الإدارية:-

يتضح من خلال الجدول فى محور الجوانب الإدارية بالنسبة لإستمارة واقع خطط الإستثمار بوزارتي الرياضة والشباب أن العبارة (٤) حصلت على أقل نسبة (٦٠%)، أيضاً وهذا يدل على أنه لا توجد تسهيلات فى الإجراءات الإدارية الخاصة بالمستثمر، أما باقى عبارات المحور فقد تراوحت ما بين (٦٩.٧٨: ٧٦.٢٢% )، وهى النسبة المئوية لمجموع المحور، ويتضح أيضاًمن خلال عرض نتائج محور الجوانب الإدارية وجود الإجراءات الروتينية التى تعتبر من أهم المعوقات التى تعوق المستثمر فى أستخراج التصاريح اللازمة والتى تستغرق فترة زمنية طويلة مما يتسبب فى تعطيل الإجراءات الإدارية.

وهذا يتفق مع نتائج دراسة أشرف محمود حسين (١٩٩٩)(٧) ، وإيمان محمد أحمد (٢٠٠٦)(٩) فى أنه عدم وجود تنسيق وتعاون بين الهيئات فى تقليل الإجراءات الإدارية مما يؤدى إلى كثرة الإجراءات الروتينية، لذا يجب التأكيد على أهمية عمل حصر للإمكانات المادية والبشرية وتسهيل الإجراءات الإدارية وتسهيل الحصول على البيانات الدقيقة التى يبنى عليها إتخاذ القرار الإدارى.

كما أظهرت النتائج عدم وجود خطة إستثمارية واضحة المعالم للمنشآت الرياضية التى يمكن الإستثمار فيها، كما توضح نتائج الدراسة أنه لا توجد جهة حكومية متخصصة لخدمة الإستثمار الرياضى بمعنى عدم وجود إدارة للإستثمار بمديريات الشباب والرياضة تساعد وتوضح للمستثمرين الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها والتى تقوم بدورها فى تسهيل الإجراءات الإدارية المتبعة فى مثل هذا النوع من الإستثمار، وكذلك توجد صعوبة في التعامل بين المستثمر والقائمين علي إدارة المنشأت الرياضية والشبابية وذلك لعدم وجود منسق علاقات عامة بين المستثمرين والمنشآت الرياضية والشبابية.

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة في المحور الثالث الجوانب الفنية

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| لا توجد ندرة فى المتخصصين فى المجال الإستثمارى الرياضى | ٣١٠ | ٧٣.٨١ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٩٩ | ٧٢.٣٦ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٣٨ | ٧٦ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضعف المستوى الفنى داخل المنشأت الرياضية والشبابية | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣١٧ | ٦٦.٧٤ | ١٨٩ | ٦٨.٧٣ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٤ | ٦٨ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| توجد خبرة علمية وعملية للرعاة فى أستثمار المنشأت الرياضية والشبابية | ٢٩٢ | ٦٩.٥٢ | ٣٣٩ | ٧١.٣٧ | ٢٠١ | ٧٣.٠٩ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٣٦ | ٧٢ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| توجد دراسات جدوى سابقة يمكن الإستفادة بها | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٨٧ | ٦٨.٠٠ | ١٩٦ | ٦٧.٥٩ | ٣٨ | ٧٦ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| توجد بيانات كافية تساعد على إجراء دراسات جدوى سليمة | ٢٨٤ | ٦٧.٦٢ | ٣٣٩ | ٧١.٣٧ | ٢٠١ | ٧٣.٠٩ | ١٧٨ | ٦١.٣٨ | ٣٦ | ٧٢ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| عدم دقة البيانات والمعلومات التى يمكن الحصول عليها لتسهيل عملية الإستثمار | ٢٨٢ | ٦٧.١٤ | ٣٢٩ | ٦٩.٢٦ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ١٧٨ | ٦١.٣٨ | ٣٦ | ٧٢ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| التنبؤ بأن العائد المادى لإستثمار المنشأت الرياضة والشبابية غير مجدى. | ٢٩٨ | ٧٠.٩٥ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٨٩ | ٦٨.٧٣ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٣٢ | ٦٤ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توجد أفكار مطبقة يمكن الإستفادة منها فى الإستثمار الرياضى. | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٤٥ | ٧٢.٦٣ | ١٩٥ | ٧٠.٩١ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٤٠ | ٨٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٣٩٠ | ٧١.١٣ | ٢٦٨٠ | ٧٠.٥٣ | ١٥٥٤ | ٧٠.٦٤ | ١٦٣٦ | ٧٠.٥٢ | ٢٩٠ | ٧٢.٥٠ | ٥٨٨ | ٧٣.٥٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثالث لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب وقد تراوحت بمحافظة سوهاج ما بين (٦٧.١٤:٧٥.٢٤)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٦٦.٧٤: ٧٢.٦٣)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٦٨: ٧٣.٠٩) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦١.٣٨: ٨٠.٦٩)،

أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٦٤: ٨٠)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين(٦٦: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٠.٥٢: ٧٣.٥٠).

ثالثاً: الجوانب الفنية:-

يتضح من الجدول لمحور الجوانب الفنية أن العبارات رقم (١ ، ٢) حصلت على أعلى نسبة فى المحور ما بين ٧٥ ، ٨٠%، وهذا يدل على أنه يوجد ندرة فى المتخصصين فى المجال الإستثمارى الرياضى بالمنشآت الرياضية سواء الحكومية، أو الأهلية وعدم وجود المتخصصين ذوي الخبرة داخل الأندية والمنشآت والجهات الإدارية المؤهلين فى الإستثمار والتسويق والعلاقات العامة التى تضع البرامج والتسهيلات لجذب المستثمرين، وذلك لعدم وجود إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة تؤهل وتدرب المتخصصين وتكون حلقة وصل بين المديرية والمستثمرين وتوضح الأماكن التي يمكن الاستثمار فيها بالمنشأت الرياضية والشبابية.

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الرابع جوانب الوعى بالإستثمار الرياضى

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| لايوجد وعى كافي بأن المنشأت الرياضية والشبابية تعتبر مجال إستثمارى. | ٢٢٢ | ٥٢.٨٦ | ٣٤٣ | ٧٢.٢١ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٦ | ٧٢ | ٨٠ | ٨٠ |
| لا يوجد وعى كافي لدى المستثمرين بأهمية أستثمار مرافق وإمكانات المنشأت الرياضية | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٤١ | ٧١.٧٩ | ١٩١ | ٦٩.٤٥ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| لا يوجد وعى كافي بالدور الذى تلعبه المنشأت الرياضية والشبابية فى تنمية الفرد والمجتمع. | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٧٩ | ٦٥.٠٩ | ١٨٨ | ٦٤.٨٣ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يوجد وعى بالرياضة كمصدر من مصادر الإستثمار والدخل للدولة | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٤٥ | ٧٢.٦٣ | ١٩١ | ٦٩.٤٥ | ١٨٤ | ٦٣.٤٥ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| يوجد وعى لدى المستثمرين بأهمية الإستثمار الرياضى مثل الإستثمار فى المجالات الأخرى | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٣٥ | ٧٠.٥٣ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ١٩٠ | ٦٥.٥٢ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| لا يوجد وعى كافي بحقوق وواجبات المستثمر فى أستثمار أمكانات المنشأت الرياضية والشبابية | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٤٥ | ٧٢.٦٣ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٦٤ | ٦٤.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مجموع المحور | ١٧٥٤ | ٦٩.٦٠ | ٢٠٤٦ | ٧١.٧٩ | ١١٤٠ | ٦٩.٠٩ | ١١٧٢ | ٦٧.٣٦ | ٢١٢ | ٧٠.٦٧ | ٣٦٦ | ٧٣.٢٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الرابع لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٥٢.٨٦:٧٤.٧٦)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٠.٥٣: ٧٢.٦٣) ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٦٥.٠٩: ٧٠.١٨) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٣.٤٥: ٧١.٧٢)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٦٨: ٧٦) ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٧.٣٦: ٧٣.٢٠).

رابعاً:- جوانب الوعى بالإستثمار الرياضى:-

من خلال عرض نتائج الجدول نجد أن النسبة المئوية لمجموع المحور تراوحت ما بين ( ٧.٣٦: ٧٣.٢٠%) وأحتل هذا المحور الترتيب الثانى لمحاور الإستثمار وكانت الأهمية النسبية لمجموع المحور، ويتضح من خلال نتائج الجدول السابق الآتى:-

عدم وجود وعى بأن المنشآت الرياضية والشبابية تعتبر مجال إستثمارى جيد للشركات الراعية والمستثمرين.

وأن هناك قلة وعى بأهمية دور هذه المنشآت وأهميتها فى ممارسة الرياضة وأنها أماكن تساهم فى بناء الفرد عن طريق المجال الرياضى.

لا يوجد أقتناع كافى لدى المستثمرين بأهمية الدور الذى تلعبه هذه المنشآت فى تنمية قدرات الأفراد وأنها مصدر جذب لرؤوس الأموال والإستثمار ولا يوجد وعى بأهمية تسويق هذه المنشآت لتصبح مصدر تمويل يخفف العبء على كاهل الدولة.

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الخامس جوانب الوعى بالسياسة الرياضية

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| توجد سياسة أستثمارية غير واضحة فى بوزارتي الرياضة والشباب. | ٣٠٢ | ٧١.٩٠ | ٣١٣ | ٦٥.٨٩ | ١٩٣ | ٧٠.١٨ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٣٠ | ٦٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| يوجد أهتمام بإستثمار المنشأت الرياضية والشبابية من الناحية الأقتصادية مثل المجالات الأخرى. | ٢٩٦ | ٧٠.٤٨ | ٣١٧ | ٦٦.٧٤ | ١٨٧ | ٦٨.٠٠ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٣٢ | ٦٤.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توجد سياسة أستثمارية لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية غير مفعلة | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٢٧ | ٦٨.٨٤ | ١٩١ | ٦٩.٤٥ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٢٨ | ٥٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| يوجد هدف واضح للدولة من وراء أستثمار المنشآت الرياضية والشبابية. | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٣١ | ٦٩.٦٨ | ١٨٥ | ٦٧.٢٧ | ١٩٦ | ٦٧.٥٩ | ٣٠ | ٦٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| عرقلة المستثمرين والشركات الراعية يعوق تحقيق عائد كبير من جذب رؤوس الأموال للمنشآت | ٣١٠ | ٧٣.٨١ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٩٩ | ٧٢.٣٦ | ١٩٤ | ٦٦.٩٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| مجموع المحور | ١٥٢٠ | ٧٢.٣٨ | ١٦٢٥ | ٦٨.٤٢ | ٩٥٥ | ٦٩.٤٥ | ١٠٠٨ | ٦٩.٥٢ | ١٥٨ | ٦٣.٢٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الخامس لاستمارة واقع خطط الاستثمار بوزارتي الشباب والرياضة بمحافظة سوهاج وقد تراوحت ما بين (٧٣.٨١:٧٠.٤٨)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٦٥.٨٩: ٧٠.٩٥) ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٦٧.٢٧: ٧٢.٣٦) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين(٦٦.٩٠: ٧٣.٧٩)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٥٦: ٧٦)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٨: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٣.٢٠: ٧٢.٣٨).

خامساً : محور الوعى بالسياسة الرياضية:

من خلال عرض نتائج جدول تبين قد حصلت عبارات المحور على أهمية نسبية تراوحت ما بين (٦٣.٢٠: ٧٢.٣٨% ).

ويتضح من خلال نتائج الجدول السابق الآتى:-

أن عرقلة المستثمرين والشركات الراعية يعوق تحقيق عائد كبير من جذب رؤوس الأموال للمنشآت الشبابية والرياضية.

لا يوجد هدف واضح للدولة من إستثمار المنشآت الرياضية لأنه ما زالت تنظر الدولة للمنشآت الرياضية على أنها أماكن تؤدى أنشطة خدمية وليس كنشاط أقتصادى بساعد فى تنمية الموارد

والأكتفاء الذاتى وتحقيق عائد ربح يساهم فى عمل مشروعات ومنشآت رياضية خدمية تواكب المنشآت العالمية.

وهذا يتفق مع دراسة اشرف محمود حسين(١٩٩٩)(٦)، وإيمان محمد أحمد (٢٠٠٦)(٩) فى أن الوعى بالسياسة الرياضية يساعد المنشآت الرياضية على الإستثمار الأمثل فى تحقيق الموارد الذاتية التى فى حاجة ماسة إليها الدولة فى ظل الظروف الإقتصادية التى تعيشها مصر الأن.

مما سبق من خلال نتائج إستمارة واقع خطط الإستثمار بوزارتي الرياضة والشباب أن ترتيب محاور واقع خطط الإستثمار تنازلياً كالآتى:-

تبين أن محور الجوانب الفنية تأتى فى الترتيب الأول بمجموع محور ما بين (٧٠.٥٢: ٧٣.٥٠%) ثم يليها فى الترتيب الثانى محور جوانب الوعى بالإستثمار الرياضى بمجموع ما بين ( ٦٧.٣٦: ٧٣.٢٠%)، ثم يليها فى الترتيب الثالث محور الجوانب الإدارية بمجموع يتراوح ما بين ( ٦٩.٧٨: ٧٦.٢٢%)، ثم يليها فى الترتيب الرابع محور الجوانب القانونية والتشريعية بنسبة مجموع محور يتراوح ما بين ( ٦٦: ٧٤% )، ثم يليها فى الترتيب الخامس والأخير محور جوانب الوعى بالسياسة الرياضية بمجموع محور يتراوح ما بين (٦٣.٢٠: ٧٢.٨٠% ).

**ثانيا :الإجابة على التساؤل الثانى:-**

- أساليب التمويل فى الهيئات الرياضية والشبابية:

المحور الأول: دور المنشـآت الرياضيـة كأحـد مصـادر التمويـل فـى الهيئـات الرياضيـة والشبابيـــة:

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة في المحور الأول دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية

| العبـــــــارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| المنشآت الرياضية تهدف إلى أقامة البطولات المحلية والدولية | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٥٥ | ٧٤.٧٤ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢٤٠ | ٨٢.٧٦ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤ |
| المنشآت الرياضية تعمل على الإستثمار المالى والبشرى لدى البيئة المحيطة. | ٢٩٨ | ٧٠.٩٥ | ٣٥١ | ٧٣.٨٩ | ٢٠٣ | ٧٣.٨٢ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **الأماكن الشاغرة فى المنشآت الرياضية لا تستغل لزيادة التمويل والتسويق والاستثمار** | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٥٩ | ٧٥.٥٨ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ١٩٤ | ٦٦.٩٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٨ | ٦٨ |
| **المنشآت الرياضية تستغل العائد المادى لأعمال الصيانة والتجديدات.** | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٣٩ | ٧١.٣٧ | ٢١٣ | ٧٧.٤٥ | ١٧٨ | ٦١.٣٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠ |
| **لا يوجد بالمنشآت الرياضية نظام يعمل على جذب الأفراد والمستثمرين .** | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٥١ | ٧٣.٨٩ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٣٢ | ٦٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يوجد بالمنشآت الرياضية أفراد ( أداريين ) متخصصين فى تسويق المنشأت الرياضية. | ٢٨٠ | ٦٦.٦٧ | ٣٣٩ | ٧١.٣٧ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٧٠ | ٧٠ |
| أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية. | ٣٠٠ | ٧١.٤٣ | ٣٤٧ | ٧٣.٠٥ | ٢١٣ | ٧٧.٤٥ | ١٩٤ | ٦٦.٩٠ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٦٤ | ٦٤ |
| يتم استغلال الملاعب داخل المنشات الرياضية لأكثر من نشاط رياضي. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٤٥ | ٧٢.٦٣ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ١٩٤ | ٦٦.٩٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٢ | ٧٢ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| السعة الاستيعابية للمنشأة محددة لاستغلالها الجيد أثناء عمل البطولات والمباريات. | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٤٧ | ٧٣.٠٥ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ١٨٨ | ٦٤.٨٣ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٧٦ | ٧٦ |
| الملاعب المفتوحة فى المنشآت الرياضية لا يتم تسويقها محلياً وعالمياً لزيادة التمويل. | ٢٩٨ | ٧٠.٩٥ | ٣٤٩ | ٧٣.٤٧ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠ |
| يفضل في اختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية في زيادة التمويل الذاتي | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٦٧ | ٧٧.٢٦ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ١٩٢ | ٦٦.٢١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠ |

| مجموع المحور | ٣٣٨٢ | ٧٣.٢٠ | ٣٨٤٩ | ٧٣.٦٧ | ٢٤٤٣ | ٨٠.٧٦ | ٢٢٠٢ | ٦٩.٠٣ | ٤١٠ | ٧٤.٥٥ | ٧٩٠ | ٧١.٨٢ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الأول لاستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٦٦.٦٧:٧٧.٦٢)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧١.٣٧: ٧٧.٢٦)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٣.٨٢: ٨٧.٦٤)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦١.٣٨: ٨٢.٧٦)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٦٤: ٨٤)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٩.٠٣: ٨٠.٧٦).

كما يتضح من نتائج الجدول أن النسبة المئوية لإستجابات العينة فى مجموع المحور الأول قد تراوحت ما بين ( ٦٤: ٨٤% )، وكانت أعلى نسبة لمجموع المحور لمحافظة الأقصر (٧٦.٨٩%) ، وأقلها فى النسبة المئوية لمجموع المحور كانت للإدارة المركزية للإستثمار بواقع ( ٧١.٥٦% )، وهذا يدل على درجة الإستجابة العالية وهى تدل على أن المنشآت الرياضية بمحافظات الصعيد والإدارة المركزية للإستثمار ومكاتب الإستثمار تستغل جزء من العائد المادى من التمويل والموارد فى أعمال الصيانة والتجديدات بها،

بالإضافة إلى أن هذه المنشآت تهدف إلى إقامة البطولات المحلية والدولية ولكن ضعف الإمكانيات بها يكون عائق فى إقامة البطولات بالإضافة لعوامل أخرى مثل عدم وجود فنادق وأماكن كافية لإستضافة البطولات.

يتضح أيضاً من نتائج الجدول أنه يجب أن يكون أعداد الأخصائيين يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية، وضرورة أن يكون مديرى المنشآت متخصصين ولديهم رؤية لزيادة التمويل الذاتى.

ونرى أن نتائج هذا المحور تتفق مع دراسة خالد السيد أحمد(٢٠٠٨)(٢٢)، ودراسة مثنى على الراشد (٢٠١٠)(٥٢)، فى ضرورة أستغلال المنشآت الرياضية وأستثمارها لتحقيق أعلى عائد من التمويل الذاتى بها وتشجيع المستثمرين وعمل التسهيلات اللازمة لإستغلال الأماكن الشاغرة بها.

كما نرى أن المصادر المقترحة لزيادة تمويل المنشآت الرياضية والشبابية فى الآتى:-

إيجار الملاعب بالأندية والمنشآت الرياضية عن طريق مشاركة الشركات المتخصصة وأستغلال الأماكن الشاغرة لتأجيرها.

القيام بتوسعة رأسية وأفقية للمنشآت الرياضية من خلال نظام B.O.T ( الخصخصة الجزئية) برعاية وزارتى الرياضة والشباب.

ضرورة دعم هذه المنشآت وتجهيزها لإقامة البطولات المحلية والدولية بما يتناسب مع التطور الحديث حتى تحقق العائد المرجو منها.

المحور الثانى: دور التمويل الحكومى والأهلى كمصدر من مصادر التمويل:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثاني دور التمويل الحكومى والأهلى كمصدر من مصادر التمويل

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| **لا يوجد نص تشريعى من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومى للمنشآت الرياضية.** | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٦٥ | ٧٦.٨٤ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٤٦ | ٨٤.٨٣ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية. | ٢٩٤ | ٧٠.٠٠ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ١٨٥ | ٦٧.٢٧ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٢٤ | ٤٨.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| يوجد أهتمام من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية | ٣٠٠ | ٧١.٤٣ | ٣٥٥ | ٧٤.٧٤ | ١٩٧ | ٧١.٦٤ | ٢٠٠ | ٦٨.٩٧ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى. | ٢٩٦ | ٧٠.٤٨ | ٣٥٣ | ٧٤.٣٢ | ٢٠٧ | ٧٥.٢٧ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٤ | ٦٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية لا تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشأت | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٣١ | ٦٩.٦٨ | ٢١١ | ٧٦.٧٣ | ١٨٤ | ٦٣.٤٥ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومى عام بعد عام للمنشأت الرياضية. | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٦٩ | ٧٧.٦٨ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ١٩٠ | ٦٥.٥٢ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| يفضل فى أختيار مديرى المنشأت أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٦٣ | ٧٦.٤٢ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضرورة الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة. | ٣٠٨ | ٧٣.٣٣ | ٣٦٧ | ٧٧.٢٦ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفى بالاحتياجات المالية | ٣٠٨ | ٧٣.٣٣ | ٣٦٣ | ٧٦.٤٢ | ٢١٧ | ٧٨.٩١ | ٢٠٠ | ٦٨.٩٧ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٧٥٦ | ٧٢.٩١ | ٣٢٠٣ | ٧٤.٩٢ | ٢١١ | ٧٦.٨٩ | ١٨٨٨ | ٧٢.٣٤ | ٣٢٢ | ٧١.٥٦ | ٦٧٨ | ٧٥.٣٣ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثاني لاستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٧.٦٢:٧٠)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٦٩.٦٨: ٧٧.٦٨)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٦٧.٢٧: ٨٢.٥٥) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٣.٤٥: ٨٤.٨٣)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٤٨: ٨٤) ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٨.٩٧: ٧٨.٩١).

يتضح من نتائج الجدول أن النسبة المئوية لإستجابات العينة فى مجموع المحور الأول قد تراوحت ما بين (٦٠: ٨٤%)، وكانت أعلى أستجابة للعبارة (١) بمحافظة أسوان بأنه يجب أن تحدد أسعار خدمات المنشآت الرياضية على أسس وطرق علمية وكانت أعلى نسبة لمجموع محور التمويل فى محافظة قنا بنسبة (٧٨.٨٩%)، واقلها للإدارة المركزية للإستثمار بنسبة (٧١%).

ونرى من خلال نتائج الجدول أنه لا يوجد عدالة فى توزيع الدعم الحكومى بين الأندية الكبرى وأندية الصعيد على الرغم من أن المنشآت الرياضية والأندية بالصعيد تحتاج إلى الدعم الأكثر نظراً لقلة الموارد بها وأن هذه الأندية لا تستطيع الصرف على الفرق الرياضية وتطوير المنشآت، كما أن مصادر التمويل الذاتى داخل الأندية والمنشآت الرياضية لا تكفى لتطوير المنشآت والأندية لإستضافة البطولات الكبرى.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة أحمد فاروق عبد القادر(٢٠٠٠)(٤) ودراسة عطيه سعد الشبراخيتي( ٢٠٠٦)(٤١)، ودراسة خالد السيد أحمد (٢٠٠٨) (٢٢) فى أن القوانين واللوائح بالأندية والمنشآت الرياضية فى حاجة إلى تعديل وتطوير يسمح بإطلاق حرية الإستثمار لزيادة التمويل الذاتى لهذه الأندية والمنشآت الرياضية.

ومن خلال ما سبق نرى أن من المصادر المقترحة لزيادة التمويل هى:-

وضع قوانين ولوائح تنظيمية ومالية لزيادة التمويل الأهلى والذاتى.

تسهيل إجراءات الحصول على الموافقات والتصاريح للإستثمار والتمويل فى مجال المنشآت الرياضية.

إعادة توزيع الدعم المالى الحكومى بين الأندية الكبيرة أو المنشآت الرياضة الكبرى والأندية والمنشآت الرياضية الصغرى وخاصة محافظات الصعيد.

سرعة إصدار قانون الإستثمار فى الرياضة ليساعد على تبنى رجال الأعمال والرعاة للمنشآت الرياضية والفرق الرياضية بما يتيح الإستثمار الأمثل للمنشآت الرياضية خاصة أنها تحتل أماكن حيوية بالمحافظات.

ويتضح من النتائج أستمارة دور التمويل الحكومى والأهلى كمصدر من مصادر التمويل أن ترتيب المحاور الإستمارة تنازلياً قد أحتل محور النمويل الحكومى والأهلى الترتيب الأول

لمجموع المحور بنسبة تتراوح ما بين( ٦٨.٩٧: ٧٨.٩١% ) ، وقد أحتل محور دور المنشآت الرياضية كمصدر من مصادر التمويل الترتيب الثانى بمجموع محور بنسبة تتراوح ما بين ( ٦٩.٠٣: ٨٠.٧٩% ).

الإجـابــة على التســاؤل الثــالث:-

- الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية:-

المحور الأول: تحديد السعر ( السياسة التسعيرية ):-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الأول تحديد السعر(السياسة التسعيرية)

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة أن تحدد أسعار خدمات المنشآت على أسس وطرق علمية. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٧٩ | ٧٩.٧٩ | ٢٠٩ | ٧٦.٠٠ | ٢٥٦ | ٨٨.٢٨ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضرورة تحديد أسعار الخدمات بناءاً على حاجات ورغبات وطلبات المترددين على المنشآت | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٦٩ | ٧٧.٦٨ | ٢١٣ | ٧٧.٤٥ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| ضرورة يتم وضع الأسعار بما يتناسب مع الظروف الأقتصادية والأجتماعية المحيطة | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٧١ | ٧٨.١١ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| ضرورة أن تضع المنشأة أستراتيجيات التسعير بما يتناسب مع الموقف التسويقى | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٧٩ | ٧٩.٧٩ | ٢١٥ | ٧٨.١٨ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٢ | ٦٤.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضرورة أن تحدد إدارة المنشأة السياسات التسعيرية بما يتناسب مع جودة الخدمة والمنافسة | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٧١ | ٧٨.١١ | ٢١٧ | ٧٨.٩١ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| الأهتمام بعمل دراسات تسعيرية مع مراكز متخصصة فى التسويق | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٨١ | ٨٠.٢١ | ٢١١ | ٧٦.٧٣ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| ضرورة أن تتناسب الأسعار فى المنشأت الرياضية مع دخل معظم طبقات المجتمع | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٦٩ | ٧٧.٦٨ | ٢١٧ | ٧٨.٩١ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٠ | ٦٠.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |

| ضرورة أجراء دراسات علمية فى مجال تسعير الخدمات لوضع معايير لتحديد الحد الأعلى. | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٧٩ | ٧٩.٧٩ | ٢٢٥ | ٨١.٨٢ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مجموع المحور | ٢٥٣٤ | ٧٥.٤٢ | ٢٩٩٨ | ٧٨.٨٩ | ١٧٢٦ | ٧٨.٤٥ | ١٧٤٤ | ٧٥.١٧ | ٢٨٤ | ٧١.٠٠ | ٥٨٢ | ٧٢.٧٥ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الأول تحديد السعر(السياسة التسعيرية) بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٢.٨٦:٧٩.٥٢) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٧.٦٨: ٨٠.٢١)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٦: ٨١.٨٢)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٠.٣٤: ٨٨.٢٨) أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٦٠: ٨٠)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧١: ٧٨.٨٩).

من خلال نتائج الجدول نجد أن النسبة المئوية لإستجابات العينة فى مجموع المحور الأول قد تراوحت ما بين ( ٦٦: ٨٤% )، حيث أحتلت محافظة الأقصر أعلى نسبة لمجموع المحور بنسبة ( ٧٨.٧٩% )، بينما كانت أقل نسبة للإدارة المركزية للإستثمار بمجموع محور ( ٧١.٠% ).

وكانت العبارة (١) قد أحتلت أعلى نسبة ( ٨٨.٢٨% ) ، وهذا يدل على أنه يجب أن تحدد أسعار خدمات المنشآت الرياضية والشبابية على أسس وطرق علمية وأن تراعى الظروف الإقتصادية والإجتماعية المحيطة عند وضع الأسعار بما يتناسب مع جودة الخدمة المقدمة، وأن تجرى الدراسات العلمية فى مجال تسعير الخدمات لوضع معايير لتحديد الحد الأعلى الذى لا يجوز زيادة الأسعار عنه.

وقد وضح حسن أحمد عبد الشافى (٢٠٠٦)(١٧) بأن التسعير داخل المنشآت الرياضية يجب أن يكون على أسس علمية ويراعى فيه أن تناسب الأسعار مع دخل معظم طبقات المجتمع وتكون أسس التسعير فى مراكز متخصصة فى التسويق الرياضى.

مما سبق يتضح أن ترتيب المحاور لإستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية أنه قد أحتل محور إحتياجات المستهلك الترتيب الأول تنازلياً بمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧٣.٦٠: ٨١.٦٧% )، ثم يليه فى الترتيب الثانى محور تحديد السعر ( السياسات التسعيرية ) لمجموع محور يتراوح ما بين( ٧١: ٧٨.٩١% )، ثم يليه فى

الترتيب الثالث محور توفير نسبة من الربح بعد التكلفة بمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧٣: ٨٢.٣٢% )، ثم يليه فى الترتيب الرابع محور تغطية السعر للتكلفة بمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧٠.٣٤: ٨١.٥٤% ).

المحور الثانى: إحتياجات المستهلك:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثاني أحتياجات المستهلك

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة ان تحدد الخدمات بالمنشآت بناءاً على حاجات ورغبات المستهلك | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٧٣ | ٧٨.٥٣ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يبنى مزيج الأسعار على دراسة متأينة للعوامل المؤثرة كالعرض والطلب وقدرة المستهلك على الدفع | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٤٩ | ٧٣.٤٧ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٦ | ٧٦ |
| عدم الدقة فى تحديد الأسعار سلاح ذو حدين | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٨ | ٧٦ | ٧٤ | ٧٤ |
| التسعير يعنى تبادل الخدمة بين العميل أو المستهلك بنقوده وبين مقدم الخدمة | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| ضرورة عمل موازنة بين المنافع التى يحصل عليها المستهلك. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٧٥ | ٧٨.٩٥ | ٢١٥ | ٧٨.١٨ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| مجموع المحور | ١<br>٦<br>٢<br>٠ | ٧٧.<br>١٤ | ١<br>٨<br>٦<br>٧ | ٧٨<br>.٦<br>١ | ١<br>١<br>٢<br>٣ | ٨١.<br>٦٧ | ١<br>٠<br>٧<br>٦ | ٧٤.<br>٢١ | ١<br>٨<br>٦ | ٧<br>٤.<br>٤<br>٠ | ٣<br>٦<br>٨ | ٧٣<br>.٦<br>٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثاني أحتياجات المستهلك بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٧.٦٢:٧٦.١٩) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٣.٤٧: ٨١.٠٥) ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٨.١٨: ٨٣.٢٧) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٩.٦٦: ٨٠) أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٦٨: ٨٠)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٣.٦٠: ٨١.٦٧).

من خلال عرض نتائج جدول والذى يوضح أن النسبة المئوية لإستجابات العينة لمحور إحتياجات المستهلك للأسس العلمية لتسيير الخدمات بالمنشآت الرياضية تتراوح ما بين ( ٦٦.٠: ٨٣.٢٧%)،حيث أحتلت محافظة الأقصر أعلى نسبة لمجموع المحور بنسبة ( ٨١.٦٧% ) وأقل نسبة للمحور (٧٣.٦٠%)، وهذا يوضح أن يجب أن تحدد أسعار الخدمات بالمنشآت الرياضية بناءاً على حاجات ورغبات المستهلك وقدرة المستهلك على الدفع وأن يكون هناك موازنة بين المنافع التى يحصل عليها المستهلك وبين القيم النقدية التى يدفعها.

ونرى أن مناسبة السعر المقدم للخدمة الرياضية ومراعاة إشباع حاجات الأفراد يساعد على توسيع قاعدة الممارسة، وبالتالى زيادة عدد أعضاء الأندية والمترددين على المنشآت الرياضية لممارسة الألعاب الرياضية المختلفة وهذا يؤدى إلى إنتشار الخدمة المقدمة والوعى الرياضى بين الأفراد والإقبال على ممارسة الرياضة، وهذا هو الهدف الذى أسست من أجله المنشآت الرياضية.

المحور الثالث: تغطية السعر للتكلفة:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثالث تغطية السعر للتكلفة

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة أن تتناسب سعر الخدمة المقدمة مع سعر تكلفة المنشأت الرياضية. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تختلف أسعار الخدمات بالمنشأت الرياضية حسب المكان ونوع المنشأة. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٢ | ٦٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| أسعار المنشأت الرياضية الكبرى يختلف سعرها عن المنشأت الصغرى. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| سعر الخدمة بالمنشأت الرياضية لا يراعى سعر التكلفة للخدمة المقدمة | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٣٧١ | ٧٨.١١ | ٢١٧ | ٧٨.٩١ | ١٨٦ | ٦٤.١٤ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| ضرورة أن تغطى إدارة المنشأت سعر التكلفة الباهظة للمنشأت من خلال اللائحة المالية | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |

| ضرورة الأهتمام بإستمرارية الخدمة الرياضية عن طريق مناسبة سعر الخدمة | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ١٨٦ | ٦٤.١٤ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مجموع المحور | ١٩٤٠ | ٧٦.٩٨ | ٢٣٢٤ | ٨١.٥٤ | ١٣١٨ | ٧٩.٨٨ | ١٢٢٤ | ٧٠.٣٤ | ٢٢٦ | ٧٥.٣٣ | ٤٤٠ | ٧٣.٣٣ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثالث تغطية السعر للتكلفة بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٦.١٩:٧٩.٥٢)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٨.١١: ٨٤)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٩.٦٤: ٨٠.٣٦)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٤.١٤: ٧٩.٣١)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٦٤: ٨٤)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٠.٣٤: ٨١.٥٤).

من خلال عرض نتائج الجدول والذى يوضح أن النسبة المئوية لإستجابات العينة لمحور تغطية السعر للتكلفة يوضح أن النسبة المئوية تراوحت ما بين (٦٤: ٨٤% )، حيث أحتلت محافظة قنا المرتبة الأولى لمجموع المحور بنسبة (٨١.٥٤% )، وأقل نسبة للمحور لمحافظة أسوان بنسبة ( ٧٠.٣٤%) وكانت أعلى نسبة للعبارة (٥) بنسبة (٨٤%) بأنه يجب أن تغطى إدارة المنشآت سعر التكلفة الباهظة للمنشآت من خلال اللائحة المالية، ونتضح من خلال عرض نتائج هذا المحور الآتى:

أنه يجب أن يتناسب أسعار الخدمات المقدمة مع سعر تكلفة المنشآت الرياضية بما لا يؤثر على الظروف الإقتصادية والإجتماعية للأفراد.

وأن تراعى فى أسعار الخدمات المكان ونوع المنشأة والخدمة المقدمة.

ضرورة الإهتمام بإستمرار الخدمة المقدمة ومناسبة السعر مع الأفراد مستهلكى الخدمة بما لا يؤثر على نسبة الربح.

المحور الرابع : توفير نسبة من الربح بعد التكلفة:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الرابع توفير نسبة من الربح بعد التكلفة

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة توفير نسبة ربح بعد تغطية تكلفة الخدمة المقدمة يضمان الإستمرارية. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤ | ٦٨ | ٦٨ |
| توفير نسبة ربح يساعد فى التحديث والتطوير للمنشأت. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٠ | ٧٠ |
| توفير نسبة ربح يساعد فى الإستثمار الأمثل للمنشأت الرياضية. | ٣٤٦ | ٨٢.٣٨ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٨ | ٦٨ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توفير نسبة ربح بعد حساب التكلفة يوفر مزايا مالية للعاملين تحقق الرضا الوظيفى | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٢ | ٨٢ |
| ضرورة أن يرتبط السعر بالجودة والقدرة الأدائية بالمنشأت الرياضية. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٤ | ٧٤ |
| يراعى فروق الأسعار بين المنشأت الحكومية والأهلية والخاصة. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦ |
| مجموع المحور | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٢٣٤٦ | ٨٢.٣٢ | ١٣٤٦ | ٨١.٥٨ | ١٢٨٤ | ٧٣.٧٩ | ٢٣٦ | ٧٨.٦٧ | ٤٣٨ | ٧٣ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الرابع توفير نسبة من الربح بعد التكلفة بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٨٢.٣٨:٧٥.٢٤)، ومحافظة قنا

تراوحت ما بين (٨١.٤٧: ٨٣.١٦)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٩.٦٤: ٨٣.٢٧)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٠.٣٤: ٧٨.٦٢)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٢: ٨٤)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٨: ٨٢)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين(٧٣: ٨٢.٣٢).

من خلال عرض نتائج جدول لمحور توفير نسبة من الربح بعد التكلفة للأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية أن نسبة المحور تراوحت بين ( ٦٨: ٨٣.٢% ).

حيث أن أعلى نسبة لمجموع المحور كانت لمحافظة قنا بنسبة (٨٢.٣٢%) ،وأقل نسبة لمكاتب الإستثمار بنسبة ( ٧٣%)

وأحتلت العبارة (١) أعلى نسبة لمجموع العبارات وهى يجب توفير نسبة من الربح بعد تغطية تكلفة الخدمة المقدمة لضمان الإستمرارية.

ونرى من خلال نسبة الإستجابة لمحور توفير نسبة من الربح بعد التكلفة أن نسبة الربح التى تتوفر من المنشآت الرياضية يمكن أن تساهم فى تجديد وصيانة المنشآت الرياضية وتساهم فى إستثمار الأماكن الشاغرة داخل الأندية والمنشآت الرياضية، وتساهم فى عمل مشروعات خدمية ورياضية وإنشاء أماكن رياضية جديدة على أسس علمية حديثة تساعد فى توسيع قاعدة الممارسة لأفراد المجتمع وأستضافة البطولات المحلية والدولية.

الإجـــابـــة علــى الـتـســاؤل الـرابــع :-

- أختصـاصـات الـعـامـلـيـن بـإدارات الإستثمـار بمديريات الشباب والرياضة:

المحور الأول: إدارة الإستثمار بمديرية الشباب والرياضة:

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الأول إدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| لا توجد إدارة للاستثمار داخل مديرية الشباب والرياضة | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٠٩ | ٦٥.٠٥ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٢٦ | ٥٢.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| لا توجد إدارة أخري تقوم بعمل إدارة الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣١٩ | ٦٧.١٦ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٢٨ | ٥٦.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| القائمون بالعملية التسويقية داخل المؤسسة علي غير درجة كبيرة من التأهيل | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٢٥ | ٦٨.٤٢ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لا يتم إجراء بحوث تسويقية للهيئات الرياضية والشبابية. | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٣٥ | ٧٠.٥٣ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٢٦ | ٥٢.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| توجد مصادر تمويل للمؤسسة (حكومي – ذاتي). | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٣٥٧ | ٧٥.١٦ | ٢٢٥ | ٨١.٨٢ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| لا توجد أساليب دعاية وإعلان لتسويق الخدمات الرياضية بالمنشآت | ٣٠٢ | ٧١.٩٠ | ٣٣٧ | ٧٠.٩٥ | ٢١٥ | ٧٨.١٨ | ١٩٤ | ٦٦.٩٠ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تقوم المنشأة بتطوير الخدمات التي تقدم للمترددين. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٥٥ | ٧٤.٧٤ | ٢٢٥ | ٨١.٨٢ | ١٩٠ | ٦٥.٥٢ | ٣٤ | ٦٨.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| توجد خطة لتطوير وتقديم الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٥٣ | ٧٤.٣٢ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ١٩٢ | ٦٦.٢١ | ٣٢ | ٦٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مجموع المحور | ٢٥٠٨ | ٧٤.٦٤ | ٢٦٩٠ | ٧٠.٧٩ | ١٧٨٦ | ٨١.١٨ | ١٦٢٨ | ٧٠.١٧ | ٢٥٨ | ٦٤.٠٠ | ٥٩٢ | ٧٤.٠٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الأول إدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧١.٩٠:٨٠.٩٥)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٦٥.٠٥: ٧٥.١٦) ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٩.٦٤: ٨٣.٢٧)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٥.٥٢: ٧٥.١٧) أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٥٢: ٨٠)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٤: ٨١.١٨).

من خلال عرض نتائج جدول (١٠) الخاص بإدارة الإستثمار بمديريات الشباب والرياضة ومدى إستجابة العينة التى تراوحت نسبة هذا المحور ما بين (٦٤: ٨٣.٢٧% ).

وكانت أعلى نسبة لمجموع المحور لمحافظة الأقصر بنسبة (٨١.١٨% ) وأقل نسبة لمجموع المحور للإدارة المركزية للإستثمار بنسبة ( ٦٤% ).

وأحتلت العبارة (٨) أعلى نسبة وأنه توجد خطة لتطوير وتقديم الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية، والعبارة (١) أقل نسبة بأنه لا توجد إدارة للإستثمار داخل مديرية الشباب والرياضة، وأن النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى تراوحت ما بين ( ٦٤: ٨١.١٨% ).

المحور الثانى: أختصاصات مدير إدارة الإستثمار:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثاني اختصاصات مدير إدارة الإستثمار

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| العمل على توسيع قاعدة الإستثمار الرياضى فى رأس المال المادى والبشرى. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الأشراف على المنشأت الرياضية الواقعة فى نطاق المحافظة | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ١٩٦ | ٦٧.٥٩ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| وضع الخطة الإستثمارية الإنشائية لتطوير المنشأت الرياضية. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| التنسيق والمتابعة مع بنك الإستثمار القومى فيما يخص لخطة الأستثمارية للمنشأت. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٨٣ | ٨٠.٦٣ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| العمل على تسويق المنشأت الرياضية وتوفير فرص الرعاية الرياضية. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| القيام بالعملية التخطيطية لبرامج وأنشطة الإستثمار المادية البشرية الخاصة بالمنشآت الرياضية. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| دراسة وسائل وأليات التمويل الذاتى للمنشآت الرياضية. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| وضع خطط الرقابة على إدارة جميع الموارد المتاحة. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| وضع خريطة للمنشآت الرياضية فى نطاق المحافظة. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| إنشاء قاعدة بيانات للمنشأت الرياضية تشمل ( اريخ الإنشاء ، والسعة ، والقيمة المالية مزوداً بالصور | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢٥٤ | ٨٧.٥٩ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تدريب القائمين بالمنشأت الرياضية على الأساليب الحديثة للإنشاء والتطوير. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٣٨ | ٨٢.٠٧ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| المتابعة الفنية والميدانية لكافة المشروعات الرياضية التى يتم تنفيذها | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٤٢ | ٨٣.٤٥ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨١ | ٨١.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| وضع شروط ومواصفات وإعداد المقايسات التقديرية الخاصة بزراعة الملاعب. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| المساهمة فى مشروعات حماية البيئة من التلوث | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| القيام بدور فعال فى تشجيع المجتمع المدنى والقطاع الخاص على إنشاء وإدارة المنشأت الرياضية. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| تحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الإستثمارية والإنشائية. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| المتابعة الميدانية للمنشأت الرياضية من حيث الصيانة والتحديث. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| وضع خطة لترويج المنشات الرياضية على مدار العام. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| الأستعانة بخبراء أو المكاتب الأستثمارية فى وضع خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضية | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تقدير التمويل اللازم للمشروعات والبرامج الرياضية وأقتراح مصادر التمويل. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٣٨١ | ٨٠.٢١ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| متابعة تنفيذ برامج الترويج وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية للبرامج الرياضية. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| مجموع المحور | ٧٢٣٨ | ٧٨.٣٣ | ٨٧١٨ | ٨٣.٤٣ | ٥٢٥٢ | ٨٦.٨١ | ٤٨٤٤ | ٧٥.٩٢ | ٩٠٨ | ٨٢.٥٥ | ١٦٩٧ | ٧٧.١٤ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثاني اختصاصات مدير إدارة الإستثمار بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٤.٧٦:٨١.٩٠)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨٠.٢١: ٨٦.١١)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٣.٢٧: ٨٩.٨٢)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٧.٥٩: ٨٧.٥٩)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٢: ٩٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٨: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين(٧٥.٩٢: ٨٦.٨١).

يتضح من نتائج الجدول لمحور أختصاصات مدير إدارة الإستثمار بأن النسبة المئوية لإستجابات العينة على مجموع المحور الثانى تراوحت بين (٧٢: ٩٢% )، حيث أن أعلى نسبة إستجابة كانت لمحافظة الأقصر ( ٨٦.٨١% ) وأقلها لمحافظة أسوان (٧٥.٩٢%)، وأحتلت العبارة ( ٣ ، ٩) أعلى نسبة وهى أن من أهم أختصاصات مدير إدارة الإستثمار وضع الخطة الإستثمارية الإنشائية لتطوير المنشآت الرياضية والأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها وعمل خريطة للمنشآت الرياضية الواقعة فى نطاق المحافظة وأقل نسبة للعبارات(١٦)، وهى قيام مدير الإستثمار بدور فعال فى تشجيع المجتمع المدنى والقطاع الخاص على إنشاء وإدارة المنشآت الرياضية، وقد تراوحت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين ( ٧٥.٩٢: ٨٦.٨١%).

المحور الثالث: أختصاصات مدير المنشآت الرياضية:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثالث اختصاصات مدير المنشآت الرياضية

| العبـــــــارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| الأشراف الكامل على جميع المنشأت. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٣٨ | ٨٢.٠٧ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| المحافظة على الملاعب والمنشأت. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| الأشراف على أعمال الصيانة الدورية لجميع المرافق | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| تنفيذ سياسات وزارتي الرياضة والشباب فيما يتعلق بالمنشأت والمرافق. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مراقبة العمل بالمخازن من ناحية التنظيم والصرف والتمويل. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| كتابة تقارير دورية للعرض على مدير إدارة الإستثمار وأقتراح ما يجب عمله. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| المرور المستمر على المرافق المختلفة وتبليغ مدير إدارة الإستثمار | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الأشراف على عملية الفحص السنوى للأدوات والأجهزة. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| الأشراف على إعداد وتجهيز الملاعب والأدوات قبل بداية أى نشاط أو بطولة | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| الأشراف على جميع الحدائق والنواحى الجمالية. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٤٨ | ٨٥.٥٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| أقتراح تعيين الفنيين والعمال. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٤ | ٦٤ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العمل على إعداد وتدريب الكوادر اللازمة لتشغيل الوحدات التابعة للمنشأت. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٦ | ٦٦ |
| تحديد واجبات العمل لشاغلى الوظائف المختلفة بالمنشأت الرياضية. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٠ | ٧٠ |
| أعداد المقترحات الخاصة بتطوير العمل فى المنشأت الرياضية. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| عمل تقرير شهرى عن إيرادات ومصروفات المنشأت | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨ |
| أخطار مدير الإستثمار بأوجه القصور فى المنشأت للعمل على علاجها. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٤ | ٧٤ |
| تحديد واجبات العاملين فى حالة حدوث الأزمات وتدريبهم على مواجهتها. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| تحديد الواجبات للعاملين والأجراءات التى يمكن أتخاذها فى حالة الأصابة. | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الأشراف على السجلات والمستندات المتصلة بشئون العمل. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٤١٣ | ٨٦.٩٥ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| التنسيق والمتابعة بين وحدات المنشأت والمديرية. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| الأشراف على أعداد اللوحات التى تمكن المترددين من التعرف على وحدات الأستاد. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| الأشراف على أعداد البرامج وتنظيم مواعيد أستخدام المنشأت الرياضية | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العمل على ترشيد أستخدام المياة والكهرباء والهاتف | ٣٤٨ | ٨٢.٨٦ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| الأشراف على وحدات المنشأت بما يكفل سلامتها. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| العمل على تكثيف ممارسة الأنشطة الرياضية وتسويق أستخدام مرافقه | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| مجموع المحور | ٨٥٨٤ | ٧٨.٦١ | ١٠٣٢ | ٨٣.٦٣ | ٦١٦٨ | ٨٦.٢٧ | ٥٧٤٨ | ٧٦.٢٣ | ١٠٥٠ | ٨٠.٧٧ | ١٩٢٦ | ٧٤.٠٨ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثالث اختصاصات مدير المنشآت الرياضية تراوحت ما بين (٧٤.٢٩:٨٢.٨٦)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨١.٠٥: ٨٦.٩٥)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٩.٦٤: ٨٩.٨٢)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٩.٦٦: ٨٥.٥٢)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٢: ٨٨)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٤.٠٨: ٨٦.٢٧).

يتضح من نتائج جدول لمحور أختصاصات مدير إدارة المنشآت الرياضية بأن النسبة المئوية لإستجابات العينة فى مجموع المحور تراوحت بين ( ٦٤: ٨٩.٨٢%)، وحصلت محافظة أسوان على أعلى نسبة (٨٦.٢٧%) ومكاتب الإستثمار على اقل نسبة(٧٤.٠٨% ).

وأحتلت العبارة رقم (١) أعلى نسبة ( ٨٩.٨٢%) وهى الإشراف الكامل على جميع المنشآت الرياضية وكانت أقل نسبة للعبارة رقم (١٢)، وهى مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها بنسبة (٦٤%) سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها بنسبة (٦٤%) وقد بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين ( ٧٤.٠٨: ٨٦.٢٧% ).

المحور الرابع: أختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الرابع مدير التسويق والعلاقات العامة

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| تحديد الخدمات التى سوف يتم تقديمها للأفراد والهيئات. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تحديد شروط الأنتفاع من الخدمات المقدمة. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تحديد وسائل الإعلان عن الخدمات المقدمة داخل المنشآت الرياضية . | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٠٠ | ٦٨.٩٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| التعرف على حاجات ورغبات الأفراد المترددين والهيئات. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| الأشراف على جودة الخدمات المقدمة للهيئات والأفراد. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤٩ | ٩٠.٥٥ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| أجراء البحوث التسويقية المستمرة. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| تحديد وسائل ترويج الخدمات المقدمة. | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| وضع البرامج والخطط التسويقية. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| أشباع حاجات ورغبات الأفراد والهيئات وأحتياجاتهم | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| خلق أهتمامات بين المنشأة والأعضاء المترددين. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| وضع البرامج التى تحدد أهداف المنشأة والخدمات التى تؤديها للأفراد والمجتمع | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| العمل على كسب ثقة الأفراد والهيئات للأنشطة والخدمات | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| التسويق الدائم والفعال للبرامج والخدمات المقدمة بالمنشأت. | ٣١٠ | ٧٣.٨١ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تحقيق السمعة الطيبة بين المجهود الداخلى وإدارة المنشأة | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| أثارة أهتمام الأفراد والهيئات بالخدمات المقدمة. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تقديم الإعلام المفيد بالطريقة التى تقدم أهداف وبرامج العمل إلى القاعدة العريضة من الجماهير. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| تصحيح أي تدخل أو سوء تفاهم يحدث أثناء ممارسة الأنشطة | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تحسين العلاقة بين إدارة المنشأة والهيئات الأخرى. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| الأهتمام بالخدمات الجديدة وتطوير الخدمات الحالية بهدف الأقبال على حجز المنشأة. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| أمداد الإدارة العليا بالرؤية المستقبلية الخاصة بالخدمات وتسويقها حتى يمكن الإعتماد عليها فى التخطيط. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| مجموع المحور | ٦٧٥٦ | ٧٦.٦٠ | ٨٣٦٥ | ٨٣.٨٦ | ٤٩٦٩ | ٨٦.٠٤ | ٤٥٥٤ | ٧٤.٧٨ | ٨٥٠ | ٨٠.٩٥ | ١٥٩٦ | ٧٦.٠٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الرابع مدير التسويق والعلاقات العامة تراوحت ما بين (٧٣.٨١:٨٠.٤٨) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨١.٤٧: ٨٦.١١)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٢.٥٥: ٩٠.٥٥)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٨.٩٧: ٨٠.٦٩)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٢: ٩٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٤.٧٨: ٨٦.٠٤).

كما يتضح من خلال عرض نتائج جدول أن النسبة المئوية لمحور أختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة تراوحت ما بين ( ٦٦: ٩٢% ) وحصلت محافظة الأقصر على أعلى نسبة (٨٦.٤%)، ومكاتب الإستثمار على أقل نسبة (٧٦%)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور تراوحت بين (٧٤.٧٨: ٨٦.٠٤% )، وقد أحتلت العبارة (٥) على أعلى نسبة (٩٠.٥٥%)، وهى الإشراف على جودة الخدمات المقدمة للهيئات والأفراد بينما حصلت العبارة رقم (١٠) على أقل نسبة وهى (٦٦%) وهى عبارة التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها.

المحور الخامس: أختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الخامس اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| اختصاصات مدير الشئون الإدارية: | | | | | | | | | | | | |
| تنفيذ تعليمات مدير المنشأة فيما يتعلق بالنواحى الإدارية | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| كتابة التعليمات المنظمة لكافة أقسام إدارة الشئون الإدارية | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| استلام وفحص أي أصناف إدارية | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢٠٠ | ٦٨.٩٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| مراقبة أعمال الأقسام التابعة له وكتابة تقارير دورية عنها | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٢٥ | ٨١.٨٢ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| اقتراح الحوافز للمتميزين في الأعمال الإدارية. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٢٥ | ٨١.٨٢ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| اقتراح العقوبات التأديبية علي المقصرين. | ٣٠٨ | ٧٣.٣٣ | ٤١٩ | ٨٨.٢١ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| الاشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تحرير العقود وعمل إجراءات التعيين للعاملين الجدد. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٤٠ | ٨٢.٧٦ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مراقبة سجلات حضور وإنصراف العاملين | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| رفع تقرير لمدير المنشآت بموقف الأفراد المطلوب ترقيتهم. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تبليغ مدير المنشآت عن أي مخالفة إدارية واقتراح التصرف فيها. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٦ | ٨٦.٠٠ |
| تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها في حالة إصابة العاملين | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| العمل علي إعداد وتدريب الكوادر اللازمة للعمل | ٣١٠ | ٧٣.٨١ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| عمل إجراءات العرض الصحي للعاملين علي أحد المستشفيات | ٣٠٨ | ٧٣.٣٣ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| اختصاصات مدير الشئون المالية: تنفيذ قرارات مدير المنشأة فيما يتعلق بالأمور المالية | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ١٩٨ | ٦٨.٢٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| وضع الميزانيات طبقا لاحتياجات المنشآت | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| الاشتراك في عمل الحساب الختامي للسنة المالية المنتهية | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٨٣ | ٨٠.٦٣ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تنفيذ الطرق القانونية من صرف وتسوية السلف | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تقديم المشورة المالية لمدير عام الاستثمار | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| إنشاء السجلات القانونية اللازمة للوائح المالية | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٦ | ٨٦.٠٠ |
| مراقبة التدوين والحفظ والتداول للسجلات المالية | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| صرف الحوافز لمستحقيها فور التصديق عليها | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٠٠ | ٦٨.٩٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| مراجعة الفواتير بالمستندات المالية قبل صرفها | ٣٥٢ | ٨٣.٨١ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٦ | ٨٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| التأكد من صحة التوقيعات علي المستندات المالية | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| اشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| الاشتراك في عمليات شراء الأدوات والأجهزة داخل المنشآت | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٧٧ | ٧٩.٣٧ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٤ | ٦٤.٠٠ |
| الإشراف علي عمليات طبع وبيع التذاكر | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٨٣ | ٨٠.٦٣ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| مجموع المحور | ٨٧٨٤ | ٧٧.٤٦ | ١٠٧١٩ | ٨٣.٥٨ | ٦٣٧٥ | ٨٥.٨٦ | ٥٨١٠ | ٧٤.٢٠ | ١١٠٨ | ٨٢.٠٧ | ٢٠٤٤ | ٧٥.٧٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الخامس اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية تراوحت ما بين (٧٣.٣٣:٨٣.٨١)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٩.٣٧: ٨٨.٢١)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨١.٠٩: ٨٩.٨٢)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٨.٢٨: ٨٢.٧٦)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٢: ٩٢) ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤: ٨٦)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٤.٢٠: ٨٥.٨٦).

ويتضح أيضا من خلال عرض نتائج جدول الخاص لمحور أختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية بأن النسبة المئوية لعبارات المحور تراوحت ما بين (٦٨: ٩٢% ) وحصلت محافظة الأقصر على أعلى نسبة (٨٥.٨٦%)، ومكاتب الإستثمار على أقل نسبة (٧٥.٧٠%)، وكانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين ( ٧٤.٢٠: ٨٥.٨٦% )، وقد حصلت العبارة (١٠) على أعلى نسبة (٩٢%) لعبارة التأكد من صحة التوقيعات على المستندات المالية، بينما حصلت العبارة رقم (١٢) على أقل نسبة وهى (٦٤%)، وهى عبارة للإشتراك فى عمليات شراء الأدوات والأجهزة داخل المنشآت.

المحور السادس: أختصاصات مدير البرامج والمشروعات:

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور السادس اختصاصات مدير البرامج والمشروعات

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| التخطيط والإشراف والمتابعة علي جميع الأنشطة | ٣٥٢ | ٨٣.٨١ | ٣٨١ | ٨٠.٢١ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٣٦ | ٨١.٣٨ | ٤٢ | ٨٤ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| اقتراح القواعد والأسس المنظمة وعرضها علي مدير الاستثمار | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤ | ٨٦ | ٨٦.٠٠ |
| تنظيم المسابقات الداخلية والخارجية | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٧٩ | ٧٩.٧٩ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٣٨ | ٧٦ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| دراسة متطلبات الأنشطة من ملابس وأدوات | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٣٦ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| مناقشة خطط جميع الأنشطة وإقرارها مع جميع الاقسام | ٣١٠ | ٧٣.٨١ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٠ | ٨٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| اقتراح زيادة أو إلغاء بعض الأنشطة | ٣٥٢ | ٨٣.٨١ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تنفيذ سياسة إدارة الاستثمار فيما يتعلق بالأنشطة | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٢ | ٨٤ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| العمل علي إزالة العقبات التي تعترض سير الأنشطة | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٤٤ | ٨٨ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تحقيق الاستقرار في الأنشطة المختلفة وتنسيق الأعمال بينهم | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٤٤ | ٨٨ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| اقتراح الحوافز والعقوبات علي المدربين والأخصائيين لضمان سير العمل | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٦ | ٩٢ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| الاشتراك مع مدير الاستثمار في تخصيص الميزانيات اللازمة لكل نشاط | ٣١٤ | ٧٤.٧٦ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٤ | ٨٨ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| مراقبة سجلات الأنشطة المختلفة والتأكد من سلامتها | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٨٥ | ٨١.٠٥ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٤ | ٨٨ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |

| مجموع المحور | ٣٩٠٦ | ٧٧.٥٠ | ٤٦٩٦ | ٨٢.٣٩ | ٢٨٤٢ | ٨٦.١٢ | ٢٦٨٢ | ٧٧.٠٧ | ٥٠٤ | ٨٤ | ٩٣٨ | ٧٨.١٧ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور السادس اختصاصات مدير البرامج والمشروعات تراوحت ما بين (٧٢.٨٦:٨٣.٨١)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٩.٧٩: ٨٤.٤٢)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٤: ٨٩.٠٩)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٠.٣٤: ٨١.٣٨)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٢: ٩٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٧٢: ٨٦)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٢: ٨٨).

كما يتضح من خلال عرض نتائج الجدول لمحور أختصاصات مدير البرامج والمشروعات أن النسبة المئوية لعبارات المحور تراوحت ما بين ( ٧٢: ٩٢%) وأحتلت محافظة الأقصر على أعلى نسبة (٨٦.١٢%)، بينما أحتلت محافظة أسوان أقل نسبة (٧٧.٠٧%)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٢: ٨٨% )، وحصلت العبارة (١٠) على أعلى نسبة (٩٢%)، وهى عبارة (أقتراح الحوافز والعقوبات على المدربين والأخصائيين لضمان سير العمل) وحصلت العبارة (٣) على أقل نسبة (٧٢%) وهى (دراسة متطلبات الأنشطة من ملابس وأدوات ).

المحور السابع: أختصاصات مديرى المنشآت الفرعية:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور السابع اختصاصات مديري المنشآت الفرعية

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| يتولى إدارة شئون المنشأة والأشراف علي تنفيذ العاملين لواجباتهم. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٨ | ٨٢.٠٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| أعداد برامج ومواعيد أستخدام المنشأة للجهات المسموح لها بإستخدامها | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| أعداد السجلات والوثائق الأرشيفية اللازمة لإستخدامات المنشأة فى مجالات الأنشطة المختلفة. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٤٢ | ٨٣.٤٥ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| المحافظة على المنشأة وعلى الأجهزة والأدوات الموجودة بها ومتابعة تنفيذ أعمال الصيانة الدورية لها. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| العمل على تنمية إيرادات المنشأة وزيادة مواردها. | ٣٥٠ | ٨٣.٣٣ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٥٥ | ٩٢.٧٣ | ٢٣٦ | ٨١.٣٨ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| أعتماد الصرف من السلطة المستديمة | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٧٧ | ٧٩.٣٧ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| أتخاذ كافة تدابير الأمن والسلامة للحفاظ على العاملين والمترددين على المنشأة. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| العمل على ترشيد أستهلاك المياة والكهرباء والهاتف. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٧٠٦ | ٨٠.٥٤ | ٣١٨٠ | ٨٣.٦٨ | ١٩٤٨ | ٨٨.٥٥ | ١٨٤٨ | ٧٩.٦٦ | ٣٣٢ | ٨٣.٠٠ | ٦٠٢ | ٧٥.٢٥ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور السابع اختصاصات مديري المنشآت الفرعية تراوحت ما بين (٧٦.٦٧:٨٣.٣٣)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٩.٣٧: ٨٥.٢٦)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٦.٩١: ٩٢.٧٣)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٥.١٧: ٨٣.٤٥) أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٦: ٩٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٨: ٨٤) ، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٥.٢٥: ٨٨.٥٥).

ومن خلال عرض نتائج جدول لمحور أختصاصات مديرى المنشآت الفرعية تبين أن النسبة المئوية لعبارات المحور تراوحت ما بين ( ٦٨: ٩٢.٧٣% ) وأحتلت محافظة الأقصر أعلى نسبة (٨٨.٥٥%) بينما كانت أقل نسبة لمكاتب الإستثمار ( ٧٥.٢٥% )، وكانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين ( ٧٥.٢٥: ٨٨.٥٥% ) وقد حصلت العبارة رقم (٥) على أعلى نسبة (٩٢.٧٣%) بينما حصلت العبارة رقم (٦) أقل نسبة ( ٦٨% ).

وقد تبين من خلال عرض نتائج محاور أستمارة أختصاصات العاملين بإدارات الإستثمار بمديريات الشباب الرياضة أنه قد أحتل محور التخطيط الترتيب الأول تنازلياً للمحاور الأكثر أستجابة وتراوح مجموع المحور ما بين (٧٥.٩٢: ٨٦.٨١% )، ويليه فى الترتيب الثانى محور أختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة الترتيب الثانى بنسبة تتراوح ما بين ( ٧٤.٧٨: ٨٦.٠٤% )، ثم يليه محور أختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية فى الترتيب الثالث بنسبة تتراوح ما بين ( ٧٤.٢٠: ٨٥.٨٦% ) لمجموع المحور، ثم يليه فى الترتيب الرابع محور أختصاصات مدير المنشآت الرياضية بنسبة تتراوح ما بين( ٧٤.٠٨: ٨٦.٢٧% )، ثم يليه فى الترتيب الخامس محور أختصاصات مديرى المنشآت الفرعية بنسبة تتراوح ما بين ( ٧٥.٢٥: ٨٨.٥٥% )، ثم يليه فى الترتيب السادس محور أختصاصات مدير البرامج والمشروعات بنسبة تتراوح ما بين ( ٧٢: ٨٨% )  ثم يليه فى الترتيب السابع والأخير محور أختصاصات إدارة الإستثمار بمديرية الشباب والرياضة بنسبة تتراوح ما بين ( ٦٤: ٨١.١٨% ) لمجموع المحور.

ونري من خلال ما سبق ضرورة وضع هيكل تنظيمي مقترح لإدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة متضمنا كل المحاور السابقة، وذلك للدور الهام لإدارة الاستثمار في التغلب علي المعوقات والصعوبات التي تواجه المستثمرين والعاملين في المجال الرياضي.

ومدي أهمية ودور إدارة الاستثمار بالمديريات في تطوير وتحديث وصيانة المنشأت الرياضية والشبابية، والتوسع في إقامة منشأت رياضية حديثة تواكب المنشأت العالمية، وذلك للوقوف علي مدي قدرة هذه المنشأت علي استضافة وتنظيم البطولات والدورات الرياضية والاحتفالات من خلال تدريب وثقل المؤهلين والمتخصصين في الإدارة والاستثمار والتسويق والتمويل وذلك لوضع أسس لكيفية الاستثمار في هذه المنشأت والمؤسسات الرياضية والأماكن التي يمكن الاستثمار فيها علي أسس علمية للخروج بهذه المنشأت الرياضية والشبابية من منشأت خدمية استهلاكية تعتمد في مصادر تمويلها علي الدولة إلي منشأت خدمية منتجة تعتمد علي التمويل الذاتي وتدر دخلا يساهم في صناعة الرياضة وتحويلها إلي استثمار يساهم في النهوض بالإقتصاد القومي ويكون مصدر رئيسسي من مصادر الدخل القومي للدولة أسوة بالدول الأوروبية والتي سبقتنا في مجال الاستثمار الرياضي.

الإجابة على التساؤل الخامس:

- الإستراتيجية المقدمة لإستثمار المنشآت الرياضية:

المحور الأول: الأهــداف:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الأول ( الأهداف )

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| تطوير إدارة العاملين بالمنشآت الرياضية | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| إعداد كوادر فنية متخصصة بالمنشآت الرياضية. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| نشر ثقافة الاستثمار الرياضة بالمنشآت الرياضية. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تنمية الموارد الذاتية للمنشآت الرياضية. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| تغيير وتعديل مفاهيم الاستثمار بالمنشات الرياضية والشبابية. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تمويل الأنشطة الرياضية والشبابية من نشاط مستهلك إلى نشاط منتج | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| عمل بنية تحتية للمنشات الرياضية. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| ربط وتوزيع المنشات الرياضية بالكثافة السكانية. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| إعداد مكتبة رقمية للمنشات الرياضية. | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| إدارة وتشغيل المنشات الرياضية بأسلوب اقتصادي. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تحقيق التوازن في إعداد خطط توزيع المنشات الرياضية. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| تطبيق مفاهيم العائد والتكلفة في إدارة المنشات الرياضية | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| يتم تحديد الأهداف بالمنشآت الرياضية فى ضوء الإمكانيات المادية والبشرية للهيئة. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| يتم تحديد الأهداف في المنشآت الرياضية بدقة ووضوح. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| يتم تحديد أهداف المنشآت الرياضية في ضوء الإمكانيات | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٤١٣ | ٨٦.٩٥ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| المادية والبشرية. | | | | | | | | | | | |
| تكون أهداف المنشآت الرياضية نابعة من الهدف العام للمؤسسة. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| يكون لدي العاملين بالمنشآت معرفة أهداف وخطط العمل. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| الهدف الأساسي للمنشأة هو تحقيق الربح. | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| يراعى فى العمل أهداف المنشأة والعاملين لتقوية درجة الإنتماء المتبادل بين الطرفين. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| إشباع احتياجات الأفراد أهم أهداف المنشآت الرياضية فى تقديم الخدمات. | ٣٢٦ | ٧٧.٦٢ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مجموع المحور | ٦٥٩٤ | ٧٨.٥٠ | ٨٠٧٠ | ٨٤.٩٥ | ٤٧٩٢ | ٨٧.١٣ | ٤٣٧٨ | ٧٥.٤٨ | ٨١٨ | ٨١.٨٠ | ١٥٠٦ | ٧٥.٣٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الأول الأهداف بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٦.١٩:٨١.٤٣) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨٣.١٦: ٨٦.٩٥)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٤: ٨٩.٠٩)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٠.٣٤: ٨٠.٦٩)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٦: ٩٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٥.٣٠: ٨٧.١٣).

يتضح من خلال عرض نتائج الجدول لمحور الأهداف أن النسبة المئوية لإستجابات العينة تراوحت بين ( ٦٦: ٩٢%)، وأحتلت محافظة الأقصر أعلى نسبة (٧٨.١٣%)، واقل نسبة لمكاتب الإستثمار ( ٧٥.٣٠% )، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ( ٧٥.٣: ٨٧.١٣%)، وتشير الأهمية النسبية للعبارات لصالح إستجابة العينة وهى تتفق مع أهداف وزارة الدولة لشئون

الرياضة من الإستثمار الرياضى والتى تتمثل فى الأهداف الآتية:-

إعداد مكتبة رقمية للمنشآت الرياضية.

تنمية الموارد الذاتية للمنشآت الرياضية.

إدارة تشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب أقتصادى.

تحقيق التوازن فى أعداد خطط توزيع المنشآت الرياضية.

ربط المنشآت الرياضية بالكثافة السكانية.

تعميم مفاهيم الإستثمار الرياضى.

تطبيق مفاهيم العائد والتكلفة فى إدارة المنشآت الرياضية.

وقد يرجع ذلك إلى أن أهداف إستثمار المنشآت الرياضية يتفق مع أهداف وزارة الرياضة نحو إستراتيجية جديدة لإستثمار وإدارة المنشآت الرياضية مما يؤدى إلى الإرتقاء والنهوض بالمنشآت الرياضية.

المحور الثانى: التخطيط:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثاني ( التخطيط)

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| استثمار المنشات الرياضية والشبابية. | ٣٥٠ | ٨٣.٣٣ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤٩ | ٩٠.٥٥ | ٢٣٨ | ٨٢.٠٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| عمل برامج زمنية للتسويق. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٤٦ | ٩٢.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| أساليب مختلفة للدعاية والإعلان. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٤١٣ | ٨٦.٩٥ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| ترويج البطولات والأحداث داخل المنشات. | ٣٥٢ | ٨٣.٨١ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| استقلال موارد المنشات فى مشروعات خدمية هادفة. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| تغطية احتياجات العاملين بالمنشات. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٥٨ | ٨٨.٩٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تدريب الكوادر العاملة بالمنشات. | ٣٦٢ | ٨٦.١٩ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| استخدام الأسلوب العلمي للتغلب على معوقات تنفيذ برامج الخطط. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| يتم وضع خطط العمل بالمنشأت الرياضية فى ضوء أحتياجات العمل. | ٣٥٦ | ٨٤.٧٦ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تعتمد المنشأت فى خططها على الخطط قصيرة المدى. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٤١٥ | ٨٧.٣٧ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢٤٤ | ٨٤.١٤ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| تتميز الخطط داخل المنشأت الرياضية بالواقعية والأستقرار. | ٣٤٦ | ٨٢.٣٨ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| يتم رسم السياسات داخل المنشأت الرياضية بدقة ووضوح. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٦ | ٨١.٣٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| تكون خطط المنشأت الرياضية نهائية وغير قابلة للتغيير. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| تكون دراسة الأحتياجات المستقبلية للمنشأة عملية مستمرة داخل المؤسسة | ٣٤٨ | ٨٢.٨٦ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تحدد سياسات العمل داخل المنشأة فى ضوء أهداف المؤسسة. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| مشاركة العاملين بالمنشأت فى عملية التخطيط تساعد على التنفيذ الجيد للخطط. | ٣٥٨ | ٨٥.٢٤ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| يتم مشاركة العاملين داخل المنشآت فى تحديد الإجراءات. | ٣٥٢ | ٨٣.٨١ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تتم الإجراءات بناءاً على السياسات والأهداف داخل المنشآت الرياضية. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٣٨ | ٨٢.٠٧ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توزع الإجراءات على كافة المستويات التنظيمية داخل المنشأة. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| يتم مشاركة العاملين داخل المنشأت فى وضع السياسات. | ٣٥٦ | ٨٤.٧٦ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| تتم كل عملية داخل المنشأت ضمن برامج زمنية محددة. | ٣٤٦ | ٨٢.٣٨ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| وظيفة البرامج تنبيه المسئول عن التنفيذ فقط | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| يتم ترجمة الإجراءات والسياسات والأهداف فى صورة برامج. | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |

| توضع البرامج داخل المنشآت وتكون قابلة للتعديل. | ٣٤٨ | ٨٢.٨٦ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٥١ | ٩١.٢٧ | ٢٣٦ | ٨١.٣٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مجموع المحور | ٨٢٤٤ | ٨١.٧٩ | ٩٧٠٤ | ٨٥.١٢ | ٥٧٤٠ | ٨٦.٩٧ | ٥٥٠٨ | ٧٩.١٤ | ٩٦٨ | ٨٠.٦٧ | ١٨٢٨ | ٧٦.١٧ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثاني التخطيط بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٨٦.١٩:٧٨.٥٧) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨٣.١٦: ٨٧.٣٧)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٢.٥٥: ٩١.٢٧)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧١.٧٢: ٨٨.٩٧)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٢: ٩٢)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٦.١٦: ٨٦.٩٧).

يتضح من خلال عرض نتائج جدول لمحور التخطيط أن النسبة المئوية لإستجابات العينة تراوحت بين ( ٦٦: ٩٢% )، وأحتلت محافظة الأقصر أعلى نسبة بواقع (٨٦.٩٧%)، بينما كانت اقل نسبة لمجموع المحور لمكاتب الإستثمار بنسبة ( ٧٦.١٧%) لمجموع المحور بينما كانت النسبة المئوية للمجموع الكلى للمحور تراوحت ما بين ( ٧٦.١٦: ٨٦.٩٧%)،

كما تشير الأهمية النسبية للعبارات لصالح إستجابة العينة وهى تتفق مع خطط وزارة الدولة للرياضة ووزارة الدولة للشباب بأهمية إستثمار المنشآت الرياضية والشبابية وتطابقها مع خطط الشباب والرياضة وضرورة وضع خطة إستثمارية فعلية لزيادة العائد الإقتصادى وتخفيف العبء عن كاهل الشباب والرياضة والإعتماد على التمويل الذاتى للمنشآت.

نتضح من خلال عرض ومناقشة نتائج محور التخطيط أنه يجب على وزارتى الرياضة والشباب بضرورة عمل الآتى:-

التخطيط الجيد للإستثمار الأمثل للمنشآت الرياضية والشبابية.

ضرورة وضع خطة إستثمارية تتيح لإستغلال إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية وتوزيع الخطة الإستثمارية بطريقة متوازنة وعادلة تتيح العدالة بين المنشآت الرياضية فى الصعيد ومنشآت الوجه البحرى.

أن يشمل التخطيط عمل الإجراءات والتسهيلات اللازمة لجذب المستثمرين للاستثمار في المنشأت الرياضية والشبابية.

أن تشمل الخطة وضع برامج زمنية لتسويق الإمكانات الخاصة بمرافق المنشآت الرياضية.

المحور الثالث: الإمكـانــات:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثالث ( الإمكانات)

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| **أولاً: الإمكانات المادية بالمنشات الرياضية والشبابية:** | | | | | | | | | | | | |
| توجد إمكانات مادية بالمنشات الرياضية والشبابية يمكن استثمارها. | ٣٥٠ | ٨٣.٣٣ | ٣٧٩ | ٧٩.٧٩ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٣٦ | ٨١.٣٨ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| العبارة | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| استثمار المرافق والمنشات فى الهيئات التابعة لوزارتي الرياضة والشباب. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| توجد جداول زمنية لاستثمار المنشات الرياضية والشبابية أفض استثمار. | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| يتم تحديد الأماكن الإعلانية الشاعرة فى المنشات الرياضية. | ٣٥٤ | ٨٤.٢٩ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| يتم تحديد كيفية استثمار وإمكانات المنشأة المتوفرة قبل إقامة الدورات والبطولات الرياضية. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٣٤ | ٨٠.٦٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| توجد صيانة بصفة دورية للمنشأة التابعة لوزارتي الرياضة والشباب. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٨١ | ٨٠.٢١ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توجد مساحات شاغرة بالمنشأت الرياضية يمكن استثمارها لزيادة العائد المادي. | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| ثانياً: الإمكانات البشرية بالمنشأت الرياضية والشبابية: | | | | | | | | | | | | |
| إعداد دورات تدريبية للعاملين بالمنشأت من قبل وزارتي الرياضة والشباب. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٦ | ٦٦.٠٠ |
| نشر ثقافة الاستثمار للعاملين بالمنشأت الرياضية. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| إعداد دورات تدريبية منتظمة لمديري المنشات في الاستثمار والتسويق الجيد للمنشات. | ٣٤٦ | ٨٢.٣٨ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تشجيع المستثمرين للعمل بالمنشأت الرياضية والشبابية. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| عمل تسهيلات تشجيع المستثمرين لاستثمار المنشات الرياضية. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| مجموع المحور | ٤٠٦٤ | ٨٠.٦٣ | ٤٧٤٢ | ٨٣.١٩ | ٢٨٨٤ | ٨٧.٣٩ | ٢٦٤٢ | ٧٥.٩٢ | ٤٧٨ | ٧٩.٦٧ | ٩١٠ | ٧٥.٨٣ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثالث الإمكانات بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٨٤.٢٩:٧٥.٢٤) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧٩.٧٩: ٨٦.١١)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٣.٢٧:

٨٩.٨٢)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧١.٧٢: ٨١.٣٨)

أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٢: ٨٨)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٦: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٥.٨٣: ٨٧.٣٩).

يتضح من خلال عرض نتائج جدول لمحور الإمكانات أن النسبة المئوية لإستجابة العينة تراوحت بين ( ٦٦: ٨٩.٨٢% )، وأحتلت محافظة الأقصر الترتيب الأول بين عينة البحث بنسبة مجموع المحور (٨٧.٣٩%)، وأحتلت مكاتب الإستثمار اقل نسبة ( ٧٥.٨٣% )، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى ما بين ( ٧٥.٨٣: ٨٧.٣٩%)، وتشير الأهمية النسبية لعبارات المحور نحو إستجابة العينة والتى نستطيع من خلالها توضيح الآتى:-

أنه يمكن إستثمار إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية مما يساعد فى إقامة الدورات والبطولات الكبرى عليها مما يساعد فى زيادة العائد الإقتصادى

توضح الدراسة ضرورة الإستفادة من إستغلال الأماكن الشاغرة فى المنشآت لعمل الإعلانات لزيادة العائد المادى.

توضح الدراسة ضرورة عمل جدول زمنى لإستثمار المنشآت الرياضية أفضل إستثمار وبرامج زمنية منتظمة.

توضح الدراسة ضرورة الإعداد الجيد وتدريب العاملين على أحدث الوسائل التى تساعد فى إستثمار وتسويق المنشآت.

توضح الدراسة ضرورة تشجيع المستثمرين وعمل التسهيلات اللازمة لهم لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت وتسهيل الإجراءات وإزالة العقبات التى تواجههم.

المحور الرابع: الإعـــلانــــــــات:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الرابع (الإعلانات )

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة استغلال الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية في عمل الدعاية والإعلان | ٣٥٦ | ٨٤.٧٦ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٥٠ | ٨٦.٢١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضرورة الاتفاق علي منح الشركات الاستثمارية الراعية للفرق الرياضية حق الدعاية والإعلان مقابل عائد مادي | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٣٢ | ٨٠.٠٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| ضرورة استخدام وسائل الإعلان المختلفة للدعاية للفرق الرياضية كمصدر لجذب رؤوس الأموال بالأندية والمنشآت الرياضية | ٣٥٢ | ٨٣.٨١ | ٤١٣ | ٨٦.٩٥ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضرورة كتابة اسم الراعي الرسمي للفرق الرياضية علي لوحة الإعلانات والأماكن الشاغرة مقابل عائد مادي. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤١٣ | ٨٦.٩٥ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| عمل موقع خاص علي شبكة المعلومات الدولية (الانترنت ) موضحا فيه وصف تفصيلي عن الخدمات الرياضية. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| تسويق الإعلانات يساعد علي زيادة إيرادات المنشآت الرياضية والشبابية. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٤٧ | ٨٩.٨٢ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |

| وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية والشباب. | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٦٨ | ٦٨.٠٠ |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| تقوم إدارة المنشآت أو المنشأة بإعطاء حق الامتياز لنوع إعلان معين لنشاط رياضي محدد بعائد مادي مناسب. | ٣٥٤ | ٨٤.٢٩ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٧٤٤ | ٨١.٦٧ | ٣٢٥٨ | ٨٥.٧٤ | ١٩٤٠ | ٨٨.١٨ | ١٨٢٠ | ٧٨.٤٥ | ٣٢٠ | ٨٠.٠٠ | ٦٠٨ | ٧٦.٠٠ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحورالرابع الإعلانات بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٩.٠٥:٨٤.٧٦) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨٣.١٦: ٨٦.٩٥)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٦.١٨: ٨٩.٨٢)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٤.٤٨: ٨٦.٢١)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٢: ٨٨)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٨: ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٦: ٨٨.١٨).

كما يتضح من خلال عرض نتائج الجدول لمحور الإعلانات أن النسبة المئوية لإستجابة العينة تراوحت بين ( ٧٤.٤٨: ٨٩.٨٢% )، وأحتلت محافظة الأقصر الترتيب الأول بين العينة بنسبة مجموع المحور (٨٨.١٨%)، واقل نسبة كانت لمكاتب الإستثمار ( ٧٦%)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى ما بين ( ٧٦: ٨٨.١٨% )، وتشير الأهمية النسبية لعبارات المحور نحو إستجابة العينة والتى نستطيع من خلالها توضيح الآتى:-

ضرورة منح الشركات الإستثمارية الراعية للفرق الرياضية حق الدعاية والإعلان مقابل عائد مادى مناسب وكذلك أستغلال الأماكن الشاغرة فى عمل الدعاية والإعلان.

يجب وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات عن طريق عمل موقع على شبكة المعلومات توضح به تفاصيل الخدمات الرياضية داخل المنشآت.

المحور الخامـــس: تنظيم وإستضافة الإحتفالات والبطولات :-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الخامس ( تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات)

| العبـــــــارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة أن يستعين مسئولي المنشآت بوكلاء للدعاية والإعلان عن البطولات والاحتفالات الكبري | ٣٥٨ | ٨٥.٢٤ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٤١ | ٨٧.٦٤ | ٢٣٨ | ٨٢.٠٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ضرورة أن تقوم إدارة المنشآت بتسويق البطولات والمباريات والاحتفالات الهامة | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٦ | ٧٧.٩٣ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| ضرورة التعاقد مع الشركات الاستثمارية لتغطية احتياجات المنشآت مقابل الدعاية والإعلان | ٣٥٨ | ٨٥.٢٤ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٥٧ | ٩٣.٤٥ | ٢٥٨ | ٨٨.٩٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| ضرورة استخدام الوسائل التكنولوجية لجذب المستثمرين. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٨ | ٧٨.٦٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| استقطاب المؤسسات الرياضية لإقامة البطولات والاحتفالات مقابل خصم مادي | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| دعوة كبار المسئولين ورجال السياسة والفن والرياضة أثناء إقامة الاحتفالات والبطولات | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٤١٣ | ٨٦.٩٥ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٤ | ٨٨.٠٠ | ٨٨ | ٨٨.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٠٤٦ | ٨١.١٩ | ٢٣٩٦ | ٨٤.٠٧ | ١٤٦٠ | ٨٨.٤٨ | ١٣٨٤ | ٧٩.٥٤ | ٢٤٤ | ٨١.٣٣ | ٤٨٨ | ٨١.٣٣ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الخامس تنظيم واستضافة الاحتفالات والبطولات بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٧.١٤:٨٥.٢٤) ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨٢.٧٤: ٨٦.٩٥)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٤: ٩٣.٤٥) ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧٤.٤٨: ٨٨.٩٧)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٦: ٨٨)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٧٤: ٨٨)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٩.٥٤: ٨٨.٤٨).

كما يتضح من خلال عرض نتائج جدول لمحور تنظيم وإستضافة الإحتفالات والبطولات أن النسبة المئوية لإستجابة عينة البحث تراوحت بين (٧٤: ٩٣.٤٥%)، وأحتلت محافظة الأقصر الترتيب الأول بأعلى نسبة لمجموع محور بلغت (٨٨.٤٨%)، بينما كانت اقل نسبة فى العينة لمحافظة أسوان بلغت (٧٩.٥٤%)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى تراوحت ما بين (٧٩.٥٤: ٨٨.٤٨%)، وتشير الأهمية النسبية للعبارات لصالح إستجابة العينة والتى نستطيع من خلالها توضيح الآتى:-

يستعين مسئولى المنشآت بوكلاء للدعاية والإعلان عن البطولات والإحتفالات الكبرى وعمل تسويق لهذه البطولات والإحتفالات.

يتم التعاقد مع الشركات الإستثمارية لتغطية إحتياجات المنشآت مقابل الدعاية والإعلان لها فى المباريات والبطولات والإحتفالات وأستخدام الوسائل التكنولوجية الجديدة فى ذلك مما يساعد على جذب المستثمرين للإستثمار فى المنشآت الرياضية وعمل التسهيلات اللازمة لهم.

المحور السادس: الرعاية الرياضية:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور السادس ( الرعاية الرياضية )

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| ضرورة المواءمة بين أحتياجات الراعى وأهداف المنشأت . | ٣٤٦ | ٨٢.٣٨ | ٤١٥ | ٨٧.٣٧ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٥٠ | ٨٦.٢١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٩٠ | ٩٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الحقوق الممنوحة للشركات الراعية تكون واضحة وواقعية . | ٣٤٦ | ٨٢.٣٨ | ٤٠٥ | ٨٥.٢٦ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٨ | ٨٨.٠٠ |
| أستثمار المنشآت الرياضية وتسويقها من خلال الشركات. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٦ | ٧٤.٤٨ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| الأنشطة الرياضية التى تمارس داخل المنشآت تشبع أحتياجات الأفراد. | ٣٣٤ | ٧٩.٥٢ | ٣٩٥ | ٨٣.١٦ | ٢٤٥ | ٨٩.٠٩ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| لا تشجيع الدولة المستثمرين للاستثمار فى المنشآت الرياضية مقابل بعض التسهيلات. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تحدد مساحة يومية فى لوحة الأعلانات لتحديد أوقات وأماكن أقامة الأنشطة الرياضية. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤٠٧ | ٨٥.٦٨ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| لا يوجد موقع خاص على شبكة المعلومات الدولية يوضح الخدمات الرياضية داخل المنشآت. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٤١١ | ٨٦.٥٣ | ٢٣٧ | ٨٦.١٨ | ٢٣٠ | ٧٩.٣١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |
| لا يوجد فريق عمل متميز للتسويق للشركات الراعية والمدارس الرياضية | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠٩ | ٨٦.١١ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| من أهداف المدارس الرياضية أكساب الصحة الجيدة | ٣٥٤ | ٨٤.٢٩ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢٤٢ | ٨٣.٤٥ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| المدارس الرياضية تعمل على رفع مستوى اللاعب وتسويق المنشآت الرياضية. | ٣٤٤ | ٨١.٩٠ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٨ | ٧٥.١٧ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٨ | ٨٨.٠٠ |
| مجموع المحور | ٣٣٩٦ | ٨٠.٨٦ | ٤٠٣٦ | ٨٤.٩٧ | ٢٣٧٠ | ٨٦.١٨ | ٢٢٣٤ | ٧٧.٠٣ | ٤٠٢ | ٨٠.٤٠ | ٨٢٢ | ٨٢.٢٠ |

تضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور السادس الرعاية الرياضية بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٨٤.٢٩:٧٨.١)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٨٢.٧٤: ٨٧.٣٧)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٤.٧٣: ٨٩.٠٩)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧١.٠٣: ٨٦.٢١)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٧٢: ٨٤)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٧٤: ٩٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٧.٠٣: ٨٦.١٨).

كما يتضح من خلال عرض نتائج الجدول لمحور الرعاية الرياضية أن النسبة المئوية لإستجابة العينة تراوحت بين ( ٧١.٠٣: ٩٠% )، وأحتلت محافظة الأقصر الترتيب الأول كأعلى إستجابة بنسبة ( ٨٦.١٨%)، وكانت اقل نسبة لمحافظة أسوان ( ٧٧.٠٣% )، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى ما بين ( ٧٧.٠٣: ٨٦.١٨%)، وتشير الأهمية النسبية لعبارات المحور نحو إستجابة العينة والتى نستطيع من خلالها توضيح الآتى:-

أنه يجب المواءمة بين إحتياجات الراعى وأهداف المنشأة بحيث تعمل على زيادة عملية التسويق.

يجب عمل تسهيلات للشركات الراعية ومنحهم الحقوق اللازمة لرعاية الأحداث الرياضية وعمل التسويق والدعاية والإعلان لهذه الأحداث والفرق الرياضية التى يتم رعايتها وأستضافتها داخل المنشآت الرياضية والشبابية.

المحور السابع: الإستثمــار والتســويق:-

## الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة في المحور السابع ( الإستثمار والتسويق )

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) م | محافظة سوهاج (ن=٨٤) % | محافظة قنا (ن=٩٥) م | محافظة قنا (ن=٩٥) % | محافظة الأقصر (ن=٥٥) م | محافظة الأقصر (ن=٥٥) % | محافظة أسوان (ن=٥٨) م | محافظة أسوان (ن=٥٨) % | الإدارة المركزية (ن=٢٠) م | الإدارة المركزية (ن=٢٠) % | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) م | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لاتوجد تشريعات خاصة بالرياضة فى مجالات الاستثمار المختلفة بالدولة. | ٣٢٠ | ٧٦.١٩ | ٣٩٣ | ٨٢.٧٤ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٤٠ | ٨٢.٧٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| لا توجد لوائح تنظيم العمل الأستثمارى فى الدولة فى مجال الرياضة. | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢٢٤ | ٧٧.٢٤ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| لا يوجد الأقتناع بالرياضة كمجال من مجالات الاستثمار فى الدولة. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توجد بيانات كافية تساعد المستثمر على أجراء دراسات جدوى سليمة فى مجال الرياضة | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| حجم الأستثمارات المخصصة للمنشأت فى الخطط الاستثمارية غير مناسبة. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٢٠ | ٧٥.٨٦ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لا توجد قرارات وزارية توجه المستثمر للإستثمار فى المجال الرياضى والمنشأت الرياضية | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٣٦ | ٨١.٣٨ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| لا توجد خريطة أستثمارية للمنشأت الرياضية توضح المنشأت التى يمكن الإستثمار فيها | ٣٢٢ | ٧٦.٦٧ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٨ | ٨٨.٠٠ |
| لا توجد خبرة علمية وعملية فى مجال الإستثمار الرياضى لدى العاملين بالمنشأت الرياضية | ٣١٨ | ٧٥.٧١ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٢٧ | ٨٢.٥٥ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| توجد خريطة لترويج المنشأت الرياضية على مدار العام. | ٣٢٤ | ٧٧.١٤ | ٣٧٩ | ٧٩.٧٩ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |
| يتم الأستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضية. | ٣٣٢ | ٧٩.٠٥ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٢٣ | ٨١.٠٩ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| لا يتم متابعة تنفيذ برامج الترويج وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٨٧ | ٨١.٤٧ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٤ | ٧٣.٧٩ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لا يتم تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها. | ٣٣٦ | ٨٠.٠٠ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٣٥ | ٨٥.٤٥ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٧٨ | ٧٨.٠٠ |
| يوجد قصور في تدريب القائمين على المنشأت الرياضية على الاستثمار. | ٣٥٤ | ٨٤.٢٩ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٣٣ | ٨٤.٧٣ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| توجد خطة لتحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الأستثمارية. | ٣٢٨ | ٧٨.١٠ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢٢٢ | ٧٦.٥٥ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٨٢ | ٨٢.٠٠ |
| مجموع المحور | ٤٦١٦ | ٧٨.٥٠ | ٥٤٨٤ | ٨٢.٤٧ | ٣٢٤٢ | ٨٤.٢١ | ٣٠٤٦ | ٧٥.٠٢ | ٥٣٦ | ٧٦.٥٧ | ١٠٨٨ | ٧٧.٧١ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور السابع الإستثمار والتسويق بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٩٥.٢٩٨٠.٨٤:٧١.٧٥)، ومحافظة قنا

تراوحت ما بين (٧٩.٧٩: ٨٤.٨٤)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٨٠.٣٦: ٨٨.٣٦)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٧١.٧٢: ٨٢.٧٦)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٢: ٨٤)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٧٠: ٨٨)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٥.٠٢: ٨٤.٢١).

كما يتضح من خلال عرض نتائج جدول لمحور الإستثمار والتسويق أن النسبة المئوية لإستجابة العينة تراوحت بين ( ٧٠: ٨٨.٣٦% )، وأحتلت محافظة الأقصر الترتيب الأول بأعلى نسبة( ٨٤.٢١%)، واقل نسبة محافظة أسوان (٧٥.٠٢%)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى ما بين ( ٧٥.٠٢: ٨٤.٢١%)، وتشير الأهمية النسبية للعبارات لصالح إستجابة العينة والتى نستطيع من خلالها توضيح الآتى:-

ضرورة عمل تشريعات خاصة بالرياضة فى مجال الإستثمار الرياضى بما يتيح إطلاق حرية الإستثمار والتسويق فى المنشآت الرياضية والشبابية.

ضرورة زيادة حجم الإستثمارات المخصصة للمنشآت فى الخطط الإستثمارية.

ضرورة عمل خريطة لترويج المنشآت الرياضية والشبابية على مدار العام.

ضرورة تدريب العاملين بالمنشآت على الطرق الحديثة فى التسويق والإستثمار.

ضرورة الإستعانة بخبراء التسويق ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج المنشآت الرياضية والشبابية.

ضرورة أن تعمل المنشآت الرياضية على تحقيق أعلى عائد أقتصادى يساهم فى تحديث المنشآت الرياضية وأستغلال العائد فى عمل مشروعات رياضية وخدمية تحقق عائد أقتصادى عن طريق الإعتماد على التمويل الذاتى والإستغناء عن التمويل الحكومى.

المحور الثامن: الـتـمــويــل:-

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لاستجابات العينة

في المحور الثامن ( التمويل )

| العبارات | محافظة سوهاج (ن=٨٤) | | محافظة قنا (ن=٩٥) | | محافظة الأقصر (ن=٥٥) | | محافظة أسوان (ن=٥٨) | | الإدارة المركزية (ن=٢٠) | | مكاتب الإستثمار (ن=١٠) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % | م | % |
| لا يوجد نص تشريعى من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومى للمنشآت الرياضية. | ٣١٦ | ٧٥.٢٤ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢٤٦ | ٨٤.٨٣ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٤ | ٧٤.٠٠ |

| لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية. | ٣٠٦ | ٧٢.٨٦ | ٣٨٩ | ٨١.٨٩ | ٢٢١ | ٨٠.٣٦ | ٢٠٢ | ٦٩.٦٦ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يوجد أهتمام من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية. | ٣١٢ | ٧٤.٢٩ | ٣٩١ | ٨٢.٣٢ | ٢٢٥ | ٨١.٨٢ | ٢٠٤ | ٧٠.٣٤ | ٣٦ | ٧٢.٠٠ | ٨٨ | ٨٨.٠٠ |
| لا يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى. | ٣٣٨ | ٨٠.٤٨ | ٣٩٩ | ٨٤.٠٠ | ٢١١ | ٧٦.٧٣ | ١٩٤ | ٦٦.٩٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٧٦ | ٧٦.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية لا تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشأت. | ٣٠٤ | ٧٢.٣٨ | ٣٧٧ | ٧٩.٣٧ | ٢١٩ | ٧٩.٦٤ | ٢٠٨ | ٧١.٧٢ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٢ | ٧٢.٠٠ |
| نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقلل الدعم الحكومى | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٣١ | ٨٤.٠٠ | ٢٠٦ | ٧١.٠٣ | ٣٨ | ٧٦.٠٠ | ٧٠ | ٧٠.٠٠ |
| يفضل فى أختيار مديرى المنشأت أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى للمنشآة. | ٣٤٠ | ٨٠.٩٥ | ٤٠١ | ٨٤.٤٢ | ٢٤٣ | ٨٨.٣٦ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يجب الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة. | ٣٣٠ | ٧٨.٥٧ | ٤٠٣ | ٨٤.٨٤ | ٢٣٩ | ٨٦.٩١ | ٢١٠ | ٧٢.٤١ | ٤٠ | ٨٠.٠٠ | ٨٠ | ٨٠.٠٠ |
| الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفى بالاحتياجات المالية. | ٣٤٢ | ٨١.٤٣ | ٣٩٧ | ٨٣.٥٨ | ٢٢٩ | ٨٣.٢٧ | ٢١٢ | ٧٣.١٠ | ٤٢ | ٨٤.٠٠ | ٨٤ | ٨٤.٠٠ |
| مجموع المحور | ٢٩٢٨ | ٧٧.٤٦ | ٣٥٥٧ | ٨٣.٢٠ | ٢٢٧ | ٨٢.٧١ | ١٨٩٢ | ٧٢.٤٩ | ٣٥٤ | ٧٨.٦٧ | ٧٠٨ | ٧٨.٦٧ |

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لاستجابات العينة في مجموع المحور الثامن التمويل بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٢.٣٨:٨١.٤٣) ومحافظة قنا تراوحت ما بين(٧٩.٣٧: ٨٤.٨٤)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين(٧٦.٧٣: ٨٨.٣٦)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين(٦٦.٩: ٨٤.٨٣).

أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين(٧٢: ٨٤) ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٧٠: ٨٨)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٧٢.٤٩: ٨٣.٢٠).

كما يتضح من خلال عرض نتائج جدول لمحور التمويل أن النسبة المئوية لإستجابة العينة تراوحت ما بين ( ٦٦.٩: ٨٨.٣٦% )، وأحتلت محافظة قنا الترتيب كأعلى نسبة فى المحور بينما أحتلت محافظة أسوان أقل نسبة (٧٢.٤٩%)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور الكلى ما بين (٧٢.٤٩: ٨٣.٢٠% ).

وتشير الأهمية النسبية للعبارات لصالح إستجابة العينة والتى نستطيع من خلالها توضيح الآتى:-

ضرورة أن تكون هناك عدالة فى توزيع الدعم المالى المقدم من الحكومة بين المنشآت الرياضية وخاصة بين منشآت الصعيد ومنشآت الوجه البحرى بمعنى إعادة توزيع الدعم المالى بما يحقق العدالة فى التوزيع.

ضرورة أن تناسب قيمة الإيجارات أو تسعير المنشآت ظروف كل محافظة حتى تلبى إحتياجات المترددين.

أختيار مديرى المنشآت من الأشخاص المؤهلين والمدربين والذين تتوافر لديهم الرؤية لزيادة التمويل الذاتى للمنشآت الشبابية والرياضية.

وقد تبين من خلال عرض نتائج محاور الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت الرياضية أنه قد أحتل محور تنظيم الإحتفالات والبطولات الترتيب الأول فى أعلى المحاور، والترتيب التنازلى بنسبة مجموع محور ما بين ( ٧٩.٥: ٨٨.٤٨%)، ثم يليه فى الترتيب الثانى محور الرعاية الرياضية بمجموع محور ما بين (٧٧.٠٣: ٨٦.١٨% )، ثم يليه فى الترتيب الثالث محور الإستثمار والتسويق بنسبة مجموع محور ما بين ( ٧٥.٠٢: ٨٤.٢% )، ثم يليه فى الترتيب الرابع محور التخطيط بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٦.١٦: ٨٦.٩٧%)، ثم يليه فى الترتيب الخامس محور التمويل بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٢.٤٩: ٨٣.٢٠%)،

ثم يليه فى الترتيب السادس محور الإمكانات بمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧٥.٨٣: ٨٧.٣٩% )، ثم يليه فى الترتيب السابع محور الأهداف بمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧٥.٣٠: ٨٧.١٣%)، ثم يليه فى الترتيب الثامن محور الإعلانات بمجموع محور يتراوح ما بين( ٧٦: ٨٨.١٨%)

## الفصل الخامس

## الاستنتاجات

من خلال ما توصلنا إليه في ضوء الأهداف والتساؤلات ، وفى حدود العينة والمنهج المستخدم واستناداً على ما تم من إجراءات ومعالجات إحصائية لعرض وتفسير النتائج توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

١- الاستنتاجات الخاصة بواقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب:

أ - الجوانب القانونية والتشريعية:

يوجد قصور في القوانين واللوائح الموجودة حيث أنها لا تساعد على زيارة التمويل الذاتي ولا تشجع على استثمار المنشآت الرياضية والشبابية.

لا يوجد قوانين ولوائح خاصة تشجع على الاستثمار وذلك لعدم وجود نص صريح ضمن قانون الاستثمار يخص المجال الرياضي.

عدم وجود قوانين خاصة توضح للمستثمرين كيفية الاستثمار في المنشآت وتعمل على جذب المستثمرين للدخول في هذا المجال.

استنتجنا من خلال نتائج المحور الأول للجوانب القانونية والتشريعية أن ترتيب المديريات في المجموع الكلى للمحور تنازلياً أنه قد حصلت مكاتب الإستثمار على أعلى نسبة في مجموع المحور (٧٤%)، يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا (٧٢.٥٣%)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج (٧٢.٣٨%)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بأسوان (٧٢.٣٣%)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر (٧١.٢٧%)، ثم الإدارة المركزية للاستثمار (٦٦%) وهى اقل نسبة.

ب- الجوانب الإدارية:

يوجد صعوبة في الإجراءات الإدارية التي تواجه المستثمرين القائمين على إدارة المنشآت الرياضية والشبابية، ويرجع ذلك لعدم وجود منسق علاقات عامة يكون حلقة وصل بين الجهة الإدارية والمستثمرين.

لابد من وجود إدارة متخصصة لإصدار تصاريح العمل الخاصة بالاستثمار مما يؤثر إلى طول المدة ولا يوجد تسهيلات إدارية تقضي على الإجراءات الروتينية التي تواجه المستثمرين.

عدم وجود إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بالمحافظات يقلل من المتخصصين والمؤهلين في التسويق والاستثمار والذين يقومون بتسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية والتي تضمن حق المستثمر وتهيئ له مناخ الاستقرار.

استنتجنا أن ترتيب المديريات تنازليا في المجموع الكلى لمحور الجوانب الإدارية أنه قد حصلت مكاتب الاستثمار على أعلى نسبة لعينة البحث بمجموع محور( ٧٦.٢٢%) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر على نسبة ( ٧٢.٥٣% )، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على نسبة (٧١.٣٢% )، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة (٧١.٠٩%) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بأسوان على نسبة (٧٠.٨% )، ثم يليها في الترتيب الأخير الإدارة المركزية للاستثمار على نسبة مجموع محور (٦٩.٧٨%) بينما بلغ المجموع الكلى لمحور الجوانب الإدارية ما بين( ٦٩.٧٨: ٧٦.٢٢%).

ج- الجوانب الفنية:

يوجد ندرة في المتخصصين في الاستثمار والتسويق الرياضي داخل مديريات الشباب والرياضية وذلك لعدم وجود إدارة للاستثمار تختص بتدريب وصقل العاملين بها حتى يصبحوا خبرة في هذا المجال.

ضعف المستوي الفني للمنشآت الرياضية والشبابية وذلك لنقص الخبرة وعدم توافر الكفاءات التي تروج وتسوق المنشآت الرياضية والشبابية.

عدم وجود خبرة عملية للمستثمرين وعدم توافر البيانات الكافية للأماكن التي يمكن الاستثمار فيها.

استنتجنا أن ترتيب محور الجوانب الفنية تنازلياً أنه قد حصلت مكاتب الاستثمار على أعلى نسبة (٧٣.٥%)، ثم يليها الإدارة المركزية للاستثمار (٧٢.٥٠%)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على نسبة (٧١.١٣%) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر على نسبة (٧٠.٦٤%)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة (٧٠.٥٢%) بينما بلغ المجموع الكلى أو النسبة المئوية لمجموع محور الجوانب الفنية (٧٠.٥٢ : ٧٣.٥%).

د- جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي:

لا يوجد وعي بأن المنشآت الرياضية والشبابية تعتبر مجال استثماري يجذب رجال الأعمال والمستثمرين.

لا يوجد اقتناع كافي لدي المستثمرين بأهمية هذا النوع من الاستثمار في تنمية الفرد والمجتمع.

لا يوجد وعي بحقوق وواجبات المستثمر وذلك لعدم وجود قانون للاستثمار أو لوائح خاصة تضمن حق المستثمر.

استنتجنا من خلال النتائج السابقة لمحور جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي أن ترتيب المديريات تنازليا فقد حصلت مكاتب الاستثمار على أعلى نسبة أيضاً(٧٣.٢٠%) ثم يليها في الترتيب مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة ( ٧١.٧٩%) ثم يليها الإدارة المركزية للاستثمار على نسبة (٧٠.٦٧% )، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على نسبة (٦٩.٦٠%)، ثم يليها في الترتيب الأخير مديرية الشباب والرياضة بأسوان على نسبة (٦٧.٣٦%)، وقد بلغ المجموع الكلى للمحور أو النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين ( ٦٧.٣٦ : ٧٣.٢٠%) .

هـ- جوانب الوعي بالسياسة الرياضية :

لا توجد سياسة استثمارية واضحة بوزارتي الرياضة والشباب وذلك لعدم توافر مناخ الاستقرار السياسي.

لا يوجد اهتمام باستثمار المنشآت الرياضية الشبابية من الناحية الاقتصادية مثل المجالات الأخرى.

عدم وضوح السياسة الاستثمارية للمنشآت يؤدي إلى عرقلة المستثمرين وعدم دخولهم في هذا المجال.

استنتجنا من خلال النتائج السابقة لمحور الوعي بالسياسة الرياضية أن ترتيب المديريات أو العينة تنازليا قد حصلت مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على أعلى نسبة أو الترتيب الأول بنسبة ( ٧٢.٣٨%)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بأسوان على نسبة (٦٩.٥٢%) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر على نسبة (٦٩.٤٥%)، ثم يليها ثم يليها

مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة ( ٦٨.٤٢% )، ثم يليها في الترتيب مكاتب الاستثمار بنسبة (٦٨ % )، ثم يليها في الترتيب الأخير الإدارة المركزية للاستثمار بنسبة (٦٣.٤٢%).

٢-الاستنتاجات الخاصة بأساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:

أ- دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضة والشبابية:

المنشآت الرياضية تهدف لإقامة البطولات المحلية والدولية وأنها يجب أن تعمل على الاستثمار المالي والبشري لموارد البيئة المحيطة.

المنشآت الرياضية تستغل جزء من العائد المادي لأعمال الصيانة والتجديدات.

- اللوائح المنظمة للعمل بالمنشآت لا تساعد على جذب المستثمرين.

لا يوجد إداريون متخصصون في تسويق المنشآت الرياضية وان أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية.

ب- دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل لا يوجد عدالة في توزيع الدعم الحكومي بين الأندية الكبرى وأندية الصعيد .

القوانين واللوائح في الأندية والمنشآت الرياضية تحتاج إلى تعديل لأنها لا تواكب التطور الحادث في الرياضة والتطور في صناعة الرياضة وإطلاق حرية الاستثمار والتسويق الرياضي ووضع لوائح وقوانين تساعد على زيادة التمويل الذاتي.

مصادر التمويل الذاتي والحكومي داخل الأندية والمنشآت لا تكفي للصرف على صيانة المنشآت والتطوير المستثمر والتمرين في المنشآت لمواكبة التطور الحادث في الرياضة.

استنتجنا من خلال نتائج أستمارة دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل أن ترتيب المحاور الإستمارة تنازلياً قد أحتل محور التمويل الحكومى والأهلي الترتيب الأول لمجموع المحور بنسبة تتراوح ما بين (٦٨.٩٧: ٧٨.٩١%)، وقد أحتل محور دور المنشآت الرياضية كمصدر من مصادر التمويل الترتيب الثاني بمجموع محور بنسبة تتراوح ما بين ( ٦٩.٠٣ : ٨٠.٧٩%).

٣-الاستنتاجات الخاصة بالأسس العلمية التسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية:

أ- تحديد السعر:

أهمية تحديد أسعار خدمات المنشآت الرياضية والشبابية على أسس وطرق علمية.

أهمية وضع الأسعار بما يتناسب مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية للأفراد.

أهمية أن تضع المنشآت إستراتيجية للتسعير تتناسب مع الموقف التسويقي وعمل دراسات تسعيرية مع مراكز متخصصة في التسويق.

ب- احتياجات المستهلك:

أهمية أن تحدد أسعار الخدمات بالمنشآت الرياضية بناءا على حاجات ورغبات المستهلك وقدرته على الدفع وأن يكون هناك موازنة بين المنافع التي يحصل عليها المستهلك وبين القيم النقدية التي يدفعها.

ج- تغطية سعر للتكلفة:

أهمية أن تناسب أسعار الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية مع تكلفة المنشآت وبما لا يؤثر على الظروف الاقتصادية والاجتماعية للأفراد.

ج- توفير نسبة من الربح بعد حساب التكلفة:

أهمية توفير نسبة الربح بعد تحديد تكلفة السعر للخدمة المقدمة للعملاء حتى تستطيع هذه المؤسسات والمنشآت للصرف على أعمال التطوير والتمرين وعمل مشروعات خدمية تساهم في النهوض بالرياضة.

استنتجنا من خلال نتائج ترتيب المحاور لإستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية أنه قد أحتل محور إحتياجات المستهلك الترتيب الأول تنازليا بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٣.٦٠ : ٨١.٦٧%)، ثم يليه فى الترتيب

الثانى محور تحديد السعر (السياسات التسعيرية لمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧١ : ٧٨.٩١%)، ثم يليه فى الترتيب الثالث محور توفير نسبة من الربح بعد التكلفة بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٣ : ٨٢.٣٢%)، ثم يليه فى الترتيب الرابع محور تغطية السعر للتكلفة بمجموع محور يتراوح ما بين ( ٧٠.٣٤ : ٨١.٥٤% ).

٤- اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة:

- المحور الأول: إدارة الاستثمار بمديرية الشباب الرياضية:

لا يوجد إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات الصعيد وتقوم إدارة المنشآت الرياضية بالمديرية ببعض أعمال إدارة الاستثمار في الإشراف على صيانة وتطوير المنشآت الرياضية الواقعة في نطاق هذه المحافظات، وأنه يوجد إدارة مركزية للاستثمار بوزارة الرياضة والشباب ولا يوجد لها فروع بالمحافظات ويوجد لها اختصاصات في الهيكل التنظيمي ولكنها غير مفعلة.

لا يتم مباشرة العمل في ضوء التوصيف الوظيفي المحدد للعاملين بإدارة الاستثمار وضرورة تفعيل اختصاصات إدارة الاستثمار والعاملين بها وإنشاء إدارة للاستثمار تدير الاستثمار والتسويق للمنشآت الرياضية والشبابية وتجذب المستثمرين.

توجد خطة لتطوير وتقديم الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية ولكنها غير كافية.

- المحور الثاني: اختصاصات مدير إدارة الاستثمار:

توجد اختصاصات لمدير إدارة الاستثمار في الهيكل التنظيمي لوكالة المديرية للرياضة ولكنها غير مفعلة نظرا لعدم وجود إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد.

توجد استجابة عالية لموافقة العينة على اختصاصات مدير إدارة الاستثمار وكانت أعلى نسبة في بنود هذه الاختصاصات (وضع الخطة الاستثمارية الإنشائية لتطوير المنشآت الرياضية بالأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها)، وعمل خريطة للمنشآت الرياضية الواقعة في نطاق المحافظة.

- المحور الثالث: اختصاصات مدير المنشآت الرياضية:

توجد اختصاصات لمدير المنشآت الرياضية في اللائحة المنظمة لعمل المنشآت الرياضية ويتم العمل بها في بعض المحافظات، ولا يتم العمل بها في بعض المحافظات الأخرى نظرا لعدم وجود إدارة للمنشآت الرياضية لأن اللائحة المنظمة لعمل المنشآت تشترط وجود إستاد رياضي وهذا غير متوفر في بعض المحافظات مثل قنا والأقصر حتى تاريخه.

استنتجنا أن أعلى استجابة لاختصاصات مدير المنشآت وهي الإشراف الكامل على جميع المنشآت الرياضية وأقل البنود استجابة هي مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها.

- المحور الرابع: اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة:

لا يوجد مدير للتسويق والعلاقات العامة بالهيكل التنظيمى لإدارة الإستثمار أو إدارة المنشآت الرياضية بالمحافظات.

أستنتجنا أن استجابة العينة لإختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة كانت أعلى نسبة لعبارة الإشراف على جودة الخدمات للهيئات والأفراد بينما حصلت عبارة التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها حصلت على أقل نسبة.

أستنتجنا من خلال هذه الدراسة أن محور اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة من أهم المحاور فى إدارة الإستثمار لأنه حلقة الوصل بين المنشأة أو الجهة الإدارية والمستثمرين.

المحور الخامس : أختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية :-

أستنتجنا من خلال هذا المحور ضرورة تواجد وظيفة مدير الشئون المالية والإدارية لوضع الميزانيات التي تحتاجها المنشآت والتأكيد على صحة التوقيعات على المستندات المالية وكل ما يخص النواحي المالية.

أستنتجنا من خلال أختصاصات محور مدير الشئون المالية والإدارية ضرورة تواجد هذه الوظيفة بإدارة الإستثمار للعمل على تدريب وأعداد الكوادر اللازمة فى كل التخصصات التي تحتاجها المنشآت الرياضية.

المحور السادس: أختصاصات مدير البرامج والمشروعات:

أستنتجنا من خلال محور أختصاصات مدير البرامج والمشروعات ضرورة وجود هذه الوظيفة بالهيكل التنظيمى لإدارة الإستثمار وذلك للتخطيط والإشراف والمتابعة لكل الأنشطة الرياضية بالمنشآت واقتراح الحوافز والعقوبات على الأخصائيين والمدربين وذلك لضمان حسن سير العمل بالمنشآت.

تنظيم وأعداد الدورات التدريبية للمدربين والأخصائيين أو ترشيحهم كلاً فى تخصصه.

المحور السابع: اختصاصات مديري المنشآت الفرعية:

أستنتجنا من خلال اختصاصات مديرى المنشآت الفرعية والمقصود بها مدير الإستاد الرياضى، الصالة المغطاة، حمام السباحة، فندق الرياضيين، وباقي المنشآت وضرورة أن يكون مديري المنشآت مؤهلين ومتخصصين وحاصلين على دورات فى الإستثمار والتسويق والتمويل.

أن يكون مديري المنشآت تتوافر لديهم الكفاءة والخبرة والرؤية المستقبلية للنهوض بتطوير وتحديث المنشآت الرياضية وتذليل العقبات أمام المستثمرين والعملاء والهيئات الرياضية المختلفة.

استنتجنا من خلال نتائج محاور استمارة اختصاصات العاملين بإدارات الإستثمار بمديريات الشباب الرياضة أنه قد أحتل محور التخطيط الترتيب الأول تنازلياً للمحاور الأكثر أستجابة وتراوح مجموع المحور ما بين (٧٥.٩٢: ٨٦.٨١%)، ويليه فى الترتيب الثانى محور أختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة الترتيب الثاني بنسبة تتراوح ما بين ( ٧٤.٧٨ : ٨٦.٠٤%)، ثم يليه محور أختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية فى الترتيب الثالث بنسبة تتراوح ما بين (٧٤.٢٠ : ٨٥.٨٦%) لمجموع المحور، ثم يليه فى الترتيب الرابع محور أختصاصات مدير المنشآت الرياضية بنسبة تتراوح ما بين (٧٤.٠٨ : ٨٦.٢٧% )،

ثم يليه فى الترتيب الخامس محور أختصاصات مديرى المنشآت الفرعية بنسبة تتراوح ما بين ( ٧٥.٢٥: ٨٨.٥٥% )، ثم يليه فى الترتيب السادس محور أختصاصات مدير البرامج والمشروعات بنسبة تتراوح ما بين (٧٢ : ٨٨% )، ثم يليه فى الترتيب السابع والأخير محور أختصاصات إدارة الإستثمار بمديرية الشباب والرياضة بنسبة تتراوح ما بين ( ٦٤ : ٨١.١٨% ) لمجموع المحور.

ونري من خلال ما سبق ضرورة وضع هيكل تنظيمي مقترح لإدارة الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة متضمنا كل المحاور السابقة، وذلك للدور الهام لإدارة الاستثمار في التغلب علي المعوقات والصعوبات التي تواجه المستثمرين والعاملين في المجال الرياضي. ومدي أهمية ودور إدارة الاستثمار بالمديريات في تطوير وتحديث وصيانة المنشأت الرياضية والشبابية، والتوسع في إقامة منشأت رياضية حديثة تواكب المنشأت العالمية، وذلك للوقوف علي مدي قدرة هذه المنشأت علي استضافة وتنظيم البطولات والدورات الرياضية والاحتفالات من خلال تدريب وثقل المؤهلين والمتخصصين في الإدارة والاستثمار والتسويق والتمويل وذلك لوضع أسس لكيفية الاستثمار في هذه المنشأت والمؤسسات الرياضية والأماكن التي يمكن الاستثمار فيها علي أسس علمية للخروج بهذه المنشأت الرياضية والشبابية من منشأت خدمية استهلاكية

تعتمد في مصادر تمويلها علي الدولة إلي منشأت خدمية منتجة تعتمد علي التمويل الذاتي وتدر دخلا يساهم في صناعة الرياضة وتحويلها إلي استثمار يساهم في النهوض بالإقتصاد القومي ويكون مصدر رئيسسي من مصادر الدخل القومي للدولة أسوة بالدول الأوروبية والتي سبقتنا في مجال الاستثمار الرياضي.

٥-الاختصاصات الوظيفية للعاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة: -

اختصاصات مدير إدارة الإستثمار:

العمل على توسيع قاعدة الإستثمار الرياضى فى رأس المال المادى والبشرى وإدارة وتطوير وصيانة المنشأت الرياضية.

الأشراف على المنشأت الرياضية الواقعة فى نطاق المحافظة (الأستاد الصالات، حمامات السباحة، فنادق الرياضيين، وحدات الطب الرياضى صالات اللياقة البدنية، الملاعب المفتوحة).

وضع الخطة الإستثمارية الإنشائية لتطوير المنشأت الرياضية فى الأستادات الرياضية والأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها.

التنسيق والمتابعة مع بنك الإستثمار القومى فيما يخص لخطة الأستثمارية للمنشأت الرياضية والشبابية فى المحافظة.

العمل على تسويق المنشأت الرياضية وتوفير فرص الرعاية الرياضية لمشروعات وزارتي الرياضة والشباب.

القيام بالعملية التخطيطية لبرامج وأنشطة الإستثمار المادية البشرية الخاصة بالمنشأت الرياضية.

دراسة وسائل وأليات التمويل الذاتى للمنشأت الرياضية بشكل متواصل وتحقيق أرباح لصالح هذه المنشأت.

وضع خطط الرقابة على إدارة جميع الموارد المتاحة بما يحقق الإستفادة القصوى من تلك الموارد وتحقيق مستوى جيد لأنشطة الصيانة والتطوير المستمر للمنشأت الرياضية.

وضع خريطة للمنشأت الرياضية فى نطاق المحافظة.

إنشاء قاعدة بيانات للمنشأت الرياضية تشمل ( تاريخ الإنشاء، والسعة، والقيمة المالية مزوداً بالصور.

تدريب القائمين بالمنشأت الرياضية على الأساليب الحديثة للإنشاء والتطوير.

المتابعة الفنية والميدانية لكافة المشروعات الرياضية التى يتم تنفيذها والتأكد من مطابقاتها للمواصفات الفنية وإعداد التقارير الفنية وعرضها على الجهات المختلفة.

وضع شروط ومواصفات وإعداد المقايسات التقديرية الخاصة بزراعة الملاعب.

المساهمة فى مشروعات حماية البيئة من التلوث وذلك عن طريق عمليات التشجير المكثفة وزراعة المسطحات فى المناطق المحيطة بالمنشأت الرياضية.

تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها.

القيام بدور فعال فى تشجيع المجتمع المدنى والقطاع الخاص على إنشاء وإدارة المنشأت الرياضية.

تحديد أحتياجات المنشأت الرياضية من الأعتمادات المالية الإستثمارية والإنشائية بالتنسيق بما يحقق أعلى عائد أقتصادى.

المتابعة الميدانية للمنشأت الرياضية من حيث الصيانة والتحديث.

وضع خطة لترويج المنشات الرياضية على مدار العام.

الأستعانة بخبراء أو المكاتب الأستثمارية فى وضع خطط وبرامج التسويق للمنشأت الرياضة.

تقدير التمويل اللازم للمشروعات والبرامج الرياضية وأقتراح مصادر التمويل.

متابعة تنفيذ برامج الترويج وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية للبرامج الرياضية.

المحور الثالث: اختصاصات مدير المنشآت الرياضية:

الأشراف الكامل على جميع المنشأت الرياضية.

المحافظة على الملاعب والمنشأت الرياضية.

الأشراف على أعمال الصيانة الدورية لجميع المرافق.

تنفيذ سياسات المجلس القومى للرياضة والشباب فيما يتعلق بالمنشأت والمرافق.

مراقبة العمل بالمخازن من ناحية التنظيم والصرف والتمويل.

كتابة تقارير دورية للعرض على مدير إدارة الإستثمار وأقتراح ما يجب عمله.

المرور المستمر على المرافق المختلفة وتبليغ مدير إدارة الإستثمار بالمخالفات التى يراها وأقتراح الحلول لها.

الأشراف على عملية الفحص السنوى للأدوات والأجهزة.

الأشراف على إعداد وتجهيز الملاعب والأدوات قبل بداية أى نشاط أو بطولة.

الأشراف على جميع الحدائق والنواحى الجمالية.

أقتراح تعيين الفنيين والعمال.

مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها.

العمل على إعداد وتدريب الكوادر اللازمة لتشغيل الوحدات التابعة للمنشأت.

تحديد واجبات العمل لشاغلى الوظائف المختلفة بالمنشأت الرياضية ومراقبة إنجاز العمل المكلفين به وأعتماد مكافأتهم وفقاً لأيام التشغيل.

أعداد المقترحات الخاصة بتطوير العمل فى المنشأت الرياضية وتقديمها إلى مدير إدارة الإستثمار لدراستها ورفعها إلى وزارتي الرياضة والشباب.

عمل تقرير شهرى عن إيرادات ومصروفات المنشأت وتقويم العمل بصفة دورية.

أخطار مدير الإستثمار بأوجه القصور فى المنشأت للعمل على علاجها.

تحديد واجبات العاملين فى حالة حدوث الأزمات وتدريبهم على مواجهتها بما يضمن سلامة الأرواح والمنشأت.

تحديد الواجبات للعاملين والأجراءات التى يمكن أتخاذها فى حالة أصابة العاملين وممارسة الأنشطة فى المنشأت الرياضية.

الأشراف على السجلات والمستندات المتصلة بشئون العمل والمحافظة عليها.

التنسيق والمتابعة بين وحدات المنشأت والمديرية.

الأشراف على أعداد اللوحات التى تمكن المترددين من التعرف على وحدات الأستاد.

الأشراف على أعداد البرامج وتنظيم مواعيد أستخدام المنشأت الرياضية.

العمل على ترشيد أستخدام المياة والكهرباء والهاتف.

الأشراف على وحدات المنشأت بما يكفل سلامتها.

العمل على تكثيف ممارسة الأنشطة الرياضية فى وحدات المنشأت وتسويق استخدام مرافقه.

مدير التسويق والعلاقات العامة:

تحديد الخدمات التى سوف يتم تقديمها للأفراد والهيئات.

تحديد شروط الأنتفاع من الخدمات المقدمة.

تحديد وسائل الإعلان عن الخدمات المقدمة داخل المنشأت الرياضية .

التعرف على حاجات ورغبات الأفراد المترددين والهيئات.

الأشراف على جودة الخدمات المقدمة للهيئات والأفراد.

أجراء البحوث التسويقية المستمرة.

تحديد وسائل ترويج الخدمات المقدمة.

وضع البرامج والخطط التسويقية.

أشباع حاجات ورغبات الأفراد والهيئات وأحتياجاتهم.

التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها.

خلق أهتمامات بين المنشأة والأعضاء المترددين.

وضع البرامج التى تحدد أهداف المنشأة والخدمات التى تؤديها للأفراد والمجتمع.

العمل على كسب ثقة الأفراد والهيئات للأنشطة والخدمات.

التسويق الدائم والفعال للبرامج والخدمات المقدمة بالمنشأت.

تحقيق السمعة الطيبة بين المجهود الداخلى وإدارة المنشأة.

أثارة أهتمام الأفراد والهيئات بالخدمات المقدمة.

تقديم الإعلام المفيد بالطريقة التى تقدم أهداف وبرامج العمل إلى القاعدة العريضة من الجماهير.

تصحيح أى تدخل أو سوء تفاهم يحدث أثناء ممارسة الأنشطة.

تحسين العلاقة بين إدارة المنشأة والهيئات الأخرى.

الأهتمام بالخدمات الجديدة وتطوير الخدمات الحالية بهدف الأقبال على حجز المنشأة.

أمداد الإدارة العليا بالرؤية المستقبلية الخاصة بالخدمات وتسويقها حتى يمكن الإعتماد عليها فى التخطيط.

٦-اختصاصات مدير الشئون المالية والإدارية:

أ- اختصاصات مدير الشئون المالية:

تنفيذ قرارات مدير المنشأة فيما يتعلق بالأمور المالية.

وضع الميزانيات طبقا لاحتياجات المنشآت.

الاشتراك في عمل الحساب الختامي للسنة المالية المنتهية.

تنفيذ الطرق القانونية من صرف وتسوية السلف.

تقديم المشورة المالية لمدير عام الاستثمار.

إنشاء السجلات القانونية اللازمة للوائح المالية.

مراقبة التدوين والحفظ والتداول للسجلات المالية.

صرف الحوافز لمستحقيها فور التصديق عليها.

مراجعة الفواتير بالمستندات المالية قبل صرفها.

التأكد من صحة التوقيعات علي المستندات المالية.

اشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات.

الاشتراك في عمليات شراء الأدوات والأجهزة داخل المنشآت.

الإشراف علي عمليات طبع وبيع التذاكر.

ب - اختصاصات مدير الشئون الإدارية:

تنفيذ تعليمات مدير المنشأة فيما يتعلق بالنواحى الإدارية.

كتابة التعليمات المنظمة لكافة أقسام إدارة الشئون الإدارية.

استلام وفحص أي أصناف إدارية.

مراقبة أعمال الأقسام التابعة له وكتابة تقارير دورية عنها.

اقتراح الحوافز للمتميزين في الأعمال الإدارية.

اقتراح العقوبات التأديبية علي المقصرين.

الاشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات.

تحرير العقود وعمل إجراءات التعيين للعاملين الجدد.

مراقبة سجلات حضور وإنصراف العاملين.

رفع تقرير لمدير المنشآت بموقف الأفراد المطلوب ترقيتهم.

تبليغ مدير المنشآت عن أي مخالفة إدارية واقتراح التصرف فيها.

تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها في حالة إصابة العاملين.

العمل علي إعداد وتدريب الكوادر اللازمة للعمل.

عمل إجراءات العرض الصحي للعاملين علي أحد المستشفيات.

اختصاصات مدير البرامج والمشروعات:

التخطيط والإشراف والمتابعة علي جميع الأنشطة.

اقتراح القواعد والأسس المنظمة وعرضها علي مدير الاستثمار.

تنظيم المسابقات الداخلية والخارجية.

دراسة متطلبات الأنشطة من ملابس وأدوات.

مناقشة خطط جميع الأنشطة وإقرارها مع جميع الاقسام.

اقتراح زيادة أو إلغاء بعض الأنشطة.

تنفيذ سياسة إدارة الاستثمار فيما يتعلق بالأنشطة.

العمل علي إزالة العقبات التي تعترض سير الأنشطة.

تحقيق الاستقرار في الأنشطة المختلفة وتنسيق الأعمال بينهم.

اقتراح الحوافز والعقوبات علي المدربين والأخصائيين لضمان سير العمل.

الاشتراك مع مدير الاستثمار في تخصيص الميزانيات اللازمة لكل نشاط.

مراقبة سجلات الأنشطة المختلفة والتأكد من سلامتها.

اختصاصات مديري المنشآت الفرعية:

المنشأت الفرعية هي: (الملعب الرئيسى - الصالة المغطاة - وحدة الطب الرياضى - حمام السباحة - فندق الرياضيين - صالة اللياقة البدنية - الملاعب المفتوحة) واختصاصاتهم هي:-

يتولى إدارة شئون المنشأة والأشراف علي تنفيذ العاملين لواجباتهم.

أعداد برامج ومواعيد أستخدام المنشأة للجهات المسموح لها بإستخدامها.

أعداد السجلات والوثائق الأرشيفية اللازمة لإستخدامات المنشأة فى مجالات الأنشطة المختلفة.

المحافظة على المنشأة وعلى الأجهزة والأدوات الموجودة بها ومتابعة تنفيذ أعمال الصيانة الدورية لها.

العمل على تنمية إيرادات المنشأة وزيادة مواردها واستثمارها.

أعتماد الصرف من السلطة المستديمة.

أتخاذ كافة تدابير الأمن والسلامة للحفاظ على العاملين والمترددين على المنشأة.

العمل على ترشيد أستهلاك المياة والكهرباء والهاتف.

خامساً:-الاستنتاجات الخاصة بالإستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية والشبابية بمديريات الشباب والرياضة :

أولاً :- محور (الأهداف) :

إن وزارتي الدولة لشئون الرياضة والشباب تضع أهداف مستحدثة لابد من تطبيقها وهى:-

العمل على تنمية الموارد الذاتية للمنشآت الرياضية والشبابية.

إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب أقتصادى.

تحقيق التوازن فى أعداد خطط توزيع المنشآت الرياضية والشبابية.

تعميم مفاهيم الإستثمار الرياضى فى كل الهيئات الرياضية.

عمل خريطة إليكترونية للمنشآت الرياضية والشبابية.

ثانياً:- محور (التخطيط):

أستنتجنا من خلال محور التخطيط أنها تتفق مع خطط وزارة الدولة للرياضة والشباب بضرورة وضع خطة أستثمارية فعلية لزيادة العائد الإقتصادى وتخفيف العبء المالى عن كاهل وزارتي الرياضة والشباب وأعتماد المنشآت الرياضية على التمويل الذاتى فى الصيانة والتطوير والتحديث المستمر لهذه المنشآت وضرورة التخطيط الجيد للإستثمار الأمثل لمرافق وإمكانات المنشآت الرياضية والشبابية.

ضرورة توزيع الخطة الإستثمارية بطريقة متوازنة وعادلة طبقاً للإحتياجات الفعلية للمنشآت.

ضرورة أن تشمل الخطة وضع برامج زمنية للإستثمار والتسويق للإمكانات الخاصة بمرافق المنشآت الرياضية والشبابية.

ثالثاً:- محور (الإمكانات) :-

أستنتجنا من خلال محور الإمكانات أنه يمكن أستثمار إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية واستغلال الأماكن الشاغرة فى عمل الإعلانات والدعاية وأستثمارها لزيادة العائد الإقتصادى.

توضح الدراسة ضرورة أستغلال الإمكانات المادية والبشرية بالمنشآت الرياضية والشبابية لزيادة العائد الإقتصادى والتحديث

والتطوير المستمر لهذه المنشآت والتوسع فى إقامة منشآت حديثة.

توضح الدراسة ضرورة تشجيع المستثمرين وعمل التسهيلات اللازمة لهم لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت وتسهيل الإجراءات وإزالة العقبات التى تواجههم.

رابعاً:- محور (الإعلانات):-

أستنتجنا من خلال محور الإعلانات أنه يمكن منح الشركات الإستثمارية الراعية للفرق الرياضية حق الدعاية والإعلان مقابل عائد مادي مناسب عن طريق أستغلال الأماكن الشاغرة فى عمل الدعاية والإعلان.

أنه يجب وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات عن طريق عمل موقع على شبكة المعلومات توضح به تفاصيل الخدمات الرياضية داخل المنشآت.

خامساً :- محور (تنظيم الإحتفالات والبطولات) :-

أستنتجنا من خلال هذه الدراسة لمحور تنظيم الإحتفالات والبطولات أهميتها وذلك لضرورة أن يستعين مسئولى المنشآت بوكلاء للدعاية والإعلان عن هذه البطولات والإحتفالات الكبرى وعمل تسويق لها.

أن يتم التعاقد مع الشركات الإستثمارية لتغطية أحتياجات المنشآت مقابل الدعاية والإعلان لها فى المباريات والبطولات والإحتفالات واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة فى ذلك مما

يساعد على جذب المستثمرين للإستثمار فى المنشآت الرياضية وعمل التسهيلات اللازمة لهم .

سادساً:- محور (الرعاية الرياضية) :-

أستنتجنا من خلال هذه الدراسة لمحور الرعاية الرياضية أنه يجب المواءمة بين احتياجات الراعي وأهداف المنشأة بحيث تعمل على زيادة عملية التسويق.

ضرورة عمل تسهيلات للشركات الراعية ومنحهم الحقوق اللازمة لرعاية الأحداث الرياضية وعمل التسويق والدعاية والإعلان لهذه الأحداث والفرق الرياضية التى يتم رعايتها وأستضافتها داخل المنشآت الرياضية والشبابية.

سابعاً :- محور ( الإستثمار والتسويق ) :-

أستنتجنا من خلال محور الإستثمار والتسويق عمل تشريعات خاصة بالرياضة فى مجال الإستثمار الرياضى مما يتيح إطلاق حرية الإستثمار والتسويق فى المنشآت الرياضية والشبابية.

ضرورة زيادة حجم الإستثمارات المخصصة فى الخطط الإستثمارية للمنشآت.

ضرورة عمل خريطة لترويج المنشآت الرياضية والشبابية على مدار العام.

العمل علي تدريب العاملين بالمنشآت الرياضية على الطرق الحديثة فى الإستثمار والتسويق.

ضرورة الإستعانة بخبراء التسويق ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج المنشآت الرياضية والشبابية.

ضرورة أن تعمل المنشآت الرياضية والشبابية على تحقيق أعلى عائد أقتصادى يساهم فى تطوير وتحديث المنشآت.

ثامناً:- محور (التمويل):-

أستنتجنا من خلال هذه الدراسة أن محور التمويل من أهم المحاور لكونه الركيزة الأساسية التى تساهم فى تطوير وتحدي المنشآت الرياضية والشبابية والتوسع فى إقامة المنشآت الرياضية والشبابية، والتوسع فى أقامة المنشآت فيجب أن تكون هناك عدالة فى توزيع الدعم المالي المقدم من الحكومة بين المنشآت الرياضية وخاصة بين منشآت الصعيد والمنشآت الأخرى.

ضرورة أعتماد المنشآت الرياضية والشبابية على التمويل الذاتي والإستغناء عن التمويل الحكومي، ووضع لوائح مالية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية على أسس علمية وتناسب ظروف كل محافظة .

يجب أختيار مديري المنشآت الرياضية والشبابية من العاملين المؤهلين والمدربين والذين تتوافر لديهم الرؤية لزيادة التمويل الذاتي للمنشآت الرياضية والشبابية.

استنتجنا من خلال نتائج محاور الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت الرياضية أنه قد أحتل محور تنظيم الإحتفالات والبطولات الترتيب الأول فى أعلى المحاور، والترتيب التنازلي بنسبة مجموع محور ما بين (٧٩.٥ : ٨٨.٤٨%) ثم يليه فى الترتيب الثاني محور الرعاية الرياضية بمجموع محور ما بين ( ٧٧.٠٣ : ٨٦.١٨% ) ،

ثم يليه فى الترتيب الثالث محور الإستثمار والتسويق بنسبة مجموع محور مابين ( ٧٥.٠٢ : ٨٤.٢% ) ثم يليه فى الترتيب الرابع محور التخطيط بمجموع محور يتراوح ما بين(٧٦.١٦: ٨٦.٩٧%)، ثم يليه فى الترتيب الخامس محور التمويل بمجموع محور يتراوح ما بين ٧٢.٤٩ : ٨٣.٢٠%) ، ثم يليه فى الترتيب السادس محور الإمكانات بمجموع محور يتراوح ما بين( ٧٥.٨٣ : ٨٧.٣٩% )، ثم يليه فى الترتيب السابع محور الأهداف بمجموع محور يتراوح ما بين( ٧٥.٣٠ : ٨٧.١٣%) ، ثم يليه فى الترتيب الثامن محور الإعلانات بمجموع محور يتراوح ما بين( ٧٦ : ٨٨.١٨% ).

نموذج الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد:-

أولاً: فلسفة الإستراتيجية:

أقتناع وإيمان الإدارة العليا بأهمية تبنى وضع أستراتيجية لإستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بإعتبارها هى المسئول الأول عن تطبيقها وهو أساس النجاح والتطور.

النهوض بالبنية التحتية الأساسية من المنشآت والمرافق الرياضية وفقاً للمواصفات الفنية والمعايير الدولية لتضاهى وتواكب المنشآت الرياضية العالمية، وذلك من خلال الإستثمار الأمثل لمثل هذه المنشآت.

تسعى الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت الرياضية لتخفيف العبء عن موازنة الدولة وصيانة وتأهيل وتطوير المنشآت، والوقوف على معرفة قدراتها التنافسية ومناطق الضعف والقوة بها، وكذلك التوسع فى إقامة المنشآت الجديدة على أسس علمية بما يتفق مع أستراتيجية وزارتى الرياضة والشباب.

تسعى هذه الإستراتيجية إلى تسهيل كافة الإجراءات الإدارية والفنية والقانونية وإزالة المعوقات أمام المستثمرين لجذب رؤوس الأموال، وتوفير فرص عمل حقيقية للإستثمار فى مصر والتى تعتبر أحد صور الإستثمار الموجه وأحد سبل الإقتصاد القومى للدولة مستقبلاً.

تساهم هذه الإستراتيجية فى إعادة توازن وتوزيع المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية وخاصة بالصعيد لما يمتلكه من قدرات تنافسية ومواقع جذب سياحى تساعد فى جذب رؤوس الأموال العربية والأجنبية، مما يساعد فى تحويل الرياضة من نشاط ترفيهى مستهلك إلى نشاط منتج ليكون أحد مصادر الدخل الرئيسية فى مصر كباقى دول العالم.

رؤية ورسالة الإستراتيجية:

تعتبر هذه الإستراتيجية أحد الخطوات والوسائل التى تحاول التعرف على كيفية إستثمار المنشآت الرياضية على أسس وطرق علمية حديثة وذلك للوقوف على نواحى القصور والضعف من أجل إزالة المعوقات وإيجاد مصادر تمويل ذاتى عن طريق تنمية الموارد لهذه المنشآت، وخلق فرص عمل حقيقية لجذب المستثمرين للإستثمار الأمثل لهذه المنشآت، مما يساعد فى تحقيق أهداف وأستراتيجية وزارتى الدولة للرياضة والشباب، وبما يتفق مع الإتجاه العام والسياسة العامة للدولة نحو الإستثمار وتشجيعه ليكون هو النقلة الحقيقية التى تجعل مصر من الدول المتقدمة.

الجهات المستفيدة من الإستراتيجية:-

نقدم هذه الإستراتيجية إلى وزارتى الرياضة والشباب ومديريات الشباب والرياضة والأندية الرياضية ومراكز الشباب التى تعانى من أزمات تمويلية، حيث أن وزارتى الرياضة والشباب هى الجهات الإدارية الحكومية المسئولة عن الرياضة والشباب فى مصر وكافة المنشآت الرياضية الحكومية والأهلية والخاصة.

## الاستراتيجية المقترحة

## لاستثمار المنشأت الرياضية والشبابية

| وجـه المقارنة | الإستراتيجية المقترحة | وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية |
|---|---|---|
| ١-الأهداف: | أستثمار وتسويق المنشآت الرياضية الحكومية والأهلية من أجل الوصول بها إلى أرقي المستويات العالمية لقياس مدى قدرتها على إستضافة وتنظيم الدورات والبطولات الرياضية العالمية. | وذلك عن طريق الدعاية والإعلان لجذب رجال الأعمال والمستثمرين للإستثمار فى المنشآت الرياضية من خلال عمل التسهيلات التى تشجعهم على الإستثمار داخل هذه المنشآت. |
| | إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب أقتصادى لتنمية الموارد الذاتية لهذه المنشآت بالمحافظات مع أهمية تحقيق التوازن فى إعادة توزيع المنشآت والتوسع فيها. | وذلك عن طريق تطبيق مفاهيم العائد والتكلفة وطرق التقييم المالى والإدارى للمنشآت هادفة الربح للتعرف على نقاط القوة والضعف داخل المنشآت. |
| | تعميم مفاهيم الإستثمار الرياضى بالمنشآت الرياضية والشبابية. | عن طريق الدعاية والإعلان وإعداد الكوادر الفنية المتخصصة بالمنشآت الرياضية والشبابية. |
| | تعديل التشريعات والقوانين لتسهيل إجراءات تحقيق أهداف المنشآت الرياضية والغرض الذى أنشئت من أجله. | وذلك عن طريق عمل قوانين خاصة بالإستثمار الرياضي تكفل تحقيق الإستثمار الأمثل لهذه المنشآت. |

| | | |
|---|---|---|
| | عمل خريطة للمنشآت الرياضية والشبابية وإعداد مكتبة رقمية بالمحافظات وربطها بشبكة الإنترنت بوزارتى الشباب والرياضة لمعرفة الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها مع توفير كافة المعلومات عن المنشآت الرياضية | وذلك عن طريق عمل التسهيلات وإزالة المعوقات التى تواجه المستثمرين لتشجيعهم للإستثمار فى المنشآت الرياضية وإبرام العقود التى تضمن حقوقهم فى هذا المجال |
| ٢-التخطيط: | إعداد ووضع خطة زمنية لإستثمار المنشآت الرياضية والشبابية تشمل عمل برامج زمنية للتسويق وأساليب مختلفة للدعاية والإعلان ، وترويج البطولات والأحداث الرياضية داخل المنشآت. | ويتم ذلك من خلال مرونة الخطط الموضوعة لإستثمار المنشآت الرياضية ومشاركة العاملين بالمنشآت الرياضية فى عملية التخطيط تساعد على التنفيذ الجيد للخطط والبرامج الموضوعة. |
| | يتم وضع الخطط داخل المنشآت فى ضوء أحتياجات العمل وتدريب الكوادر العاملة بهذه المنشآت للتغلب على معوقات تنفيذ برامج الخطط الموضوعة. | ويتم ذلك من خلال أستخدام الأسلوب العلمى وعمل الدورات التدريبية التى تؤهلهم لفهم الخطط الموضوعة وتطبيقها. |

| | | |
|---|---|---|
| | وضع خطة وبرامج زمنية لتسويق المنشآت الرياضية والشبابية محلياًوعالميا وأستخدام وسائل الإعلام المختلفة لجذب رجال الأعمال للإستثمار فى هذه المنشآت. | وذلك من خلال عمل الدعاية والإعلان وعمل المواقع الإليكترونية على شبكة الإنترنت مع توضيح الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها وأستغلال الأحداث الرياضية للترويج لهذه المنشآت. |
| | وضع خطة إستثمارية تراعى وضع موازنات واقعية ومدروسة وأتخاذ القرارات للتوسع فى المنشآت الرياضية وربطها بالكثافة السكانية بالمحافظات وتكون هذه الخطط قصيرة المدى وأخرى طويلة المدى. | من خلال الحصول على التمويل الحكومى الذى يحقق التوازن بين المنشآت الرياضية المختلفة سواء بالصعيد أو أى مكان آخر وأستغلال أماكن الجذب السياحى لعمل منشآت ومدن رياضية بجوارها. |
| -الإمكانات: | أستثمار الإمكانات المادية والبشرية الموجودة بالمنشآت الرياضية لزيادة العائد الإقتصادى من خلال إستثمار المرافق فى الدعاية والإعلان للمنشأة. | ويتم استثمار هذه الإمكانات من خلال جهود العاملين على كيفية أستغلال مرافق المنشآت وتشجيع المستثمرين لإستثمار هذه المرافق |
| | تنظيم دورات التوعية للمستثمرين بأهمية أستثمار إمكانات المنشآت الرياضية والشبابية سواء المادية أو البشرية. | ويتم ذلك من خلال رعاية المستثمرين وتوفير المناخ الملائم وعمل التسهيلات اللازمة لهم. |

| | | |
|---|---|---|
| | وضع خطط زمنية لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت أفضل أستثمار للنهوض بها وتحديثها وذلك من خلال جدول زمنى. | وذلك من خلال تحقيق التوازن فى توزيع الدعم لهذه المنشآت وتوفير المعلومات أمام المستثمرين عن الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها. |
| ٤-الإعلانات | أستغلال الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية والشبابية فى عمل الدعاية والإعلان فى هذه الأماكن. | وذلك عن طريق منح الشركات الراعية للفرق الرياضية والهيئات المختلفة حق الدعاية والإعلان نظير مقابل مادى. |
| | وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية. | وذلك من خلال عمل موقع على شبكة الإنترنت موضح به تفاصيل الخدمة الرياضية داخل هذه المنشآت. |
| | تسويق الإعلانات يساعد فى تنمية الموارد للمنشآت الرياضية والشبابية. | وذلك من خلال الدعاية المختلفة التى تساعد فى الإقبال على أستخدام المنشآت. |
| ٥-تنظيم وأستضافة الإحتفالات والبطولات: | أستضافة المنشآت الرياضية والشبابية للإحتفالات والمهرجانات والبطولات يساعد فى تشغيل وتسويق المنشآت ويبين مدى قدرة هذه المنشآت على أستضافة الدورات والبطولات الكبرى. | ويتم أستضافة البطولات والإحتفالات من خلال استقطاب المؤسسات الرياضية والإتحادات وعمل تسهيلات أمام المستثمرين والرعاة لجذبهم للإستثمار سواء فى تبنيهم للفرق الرياضية أو أستثمار المنشآت الرياضية |

| | | |
|---|---|---|
| | يتم الإستعانة بوكلاء الدعاية والإعلان بالتنسيق مع مسئولى المنشآت الرياضية لإستضافة الإحتفالات والبطولات والدورات الرياضية نظير مقابل مادى أو عقد مبرم بين الطرفين. | يتم ذلك من خلال أستخدام وسائل الترويج والتسويق للمنشآت من خلال شبكة المعلومات والمواقع الإليكترونية واللافتات والصحف القومية لجذب المؤسسات والهيئات لعمل الدورات والإحتفالات بداخل المنشآت الرياضية. |
| ٦- الرعاية الرياضية | عمل التسهيلات للشركات الراعية ومنحهم الحقوق اللازمة لرعاية الأحداث الرياضية وعمل التسويق والدعاية والإعلان لهذه الأحداث والرعاية للفرق الرياضية التى يتم رعايتها وأستضافتها داخل المنشآت الرياضية | ويتم ذلك من خلال الرعاة والمستثمرين وأستخدام وسائل الدعاية والإعلان والمواقع الإليكترونية المختلفة وتدريب فريق غمل متميز يقوم بهذه المهمة مما يساعد فى زيادة الدخل للمنشآت. |
| | رعاية الفرق الرياضية والأحداث الرياضية داخل المنشآت يساعد فى جذب الهيئات والمؤسسات والمستثمرين. | يتم ذلك بالتنسيق والتعاون بين المنشآت والهيئات الرياضية ورجال الأعمال تبسيط الإجراءات وإزالة المعوقات التى تواجههم. |
| ٧-الإستثمار والتسويق | وضع أستراتيجية لإستثمار وتسويق المنشآت الرياضية والشبابية. | عمل قوانين تشجع على الإستثمار والتسويق بالمنشآت الرياضية وتجذب رجال الأعمال والمستثمرين. |
| | وضع قواعد ولوائح وقوانين تنظيم العمل الإستثمارى داخل المنشآت. | الدعاية والإعلان عن الأماكن الشاغرة داخل المنشآت وكيفية الإستثمار فيها. |

| | | |
|---|---|---|
| | تنظيم دورات صقل لتأهيل الإمكانات البشرية فى النواحى الإستثمارية والتسويقية | أستغلال الأماكن السياحية لعمل الدعاية والإعلان عن المنشآت الرياضية والشبابية. |
| | عمل تسويق للمنشآت الرياضية من خلال الإتصال بالهيئات الرياضية والمسئولين لإقامة الدورات والبطولات والمهرجانات الرياضية. | التوسع فى إقامة منشآت حديثة لإقامة البطولات عليها. |
| | إزالة المعوقات أمام المستثمرين وتسهيل الإجراءات الإدارية والفنية. | إبرام العقود التى تضمن حق المستثمرين والمنشأة. |
| ٨- التمويل: | أستثمار جزء من أموال المنشآت الرياضية لضمان مورد ثابت فى أعمال محققة للربح. | تنشيط دور الإعلام بكافة أشكاله وأنواع برامجه المختلفة. |
| | تسويق حقوق الدعاية والإعلان للراعى الرئيسى فى لافتات الملاعب أو الإعلان على ظهر التذاكر والإعلان أثناء أستضافة البطولات والإحتفالات بالمطبوعات المختلفة. | إضافة المجال الرياضى الى مجالات الإستثمار أو عمل قانون خاص بالإستثمار الرياضى فى جميع المجالات. |

| | | |
|---|---|---|
| | تسويق أسم المنشأة أو النادى أو شعارها وتسويق أسماء أبطال الفرق الرياضية بالمحافظة أو الأندية. | إنشاء قنوات تليفزيونية رياضية ذات طبيعة إقتصادية تساهم فيها وزارتى الرياضة والشباب والإذاعة والتليفزيون والهيئات الرياضية المختلفة لتسويق المنشآت الرياضية والتعريف بالأماكن التى يمكن الإستثمار منها |
| | تنظيم مؤتمرات جماهيرية فى المنشآت الرياضية لرجال الفكر والرياضة ورجال الأعمال لتقديم خبراتهم وآرائهم فى تفعيل عملية التمويل للمنشآت الرياضية والشبابية. | توفير قاعدة من المعلومات عن المنشآت الرياضية تسهل للرعاة والمستثمرين الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها بالمنشآت الرياضية والشبابية. |

في ضوء الأهداف وتساؤلات ومن خلال مناقشة النتائج نوصي بالآتي:

١- ضرورة تطبيق الإستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية والشبابية والتي توصلت إليها الدراسة على جميع المؤسسات الرياضية.

٢- ضرورة العمل على استثمار المنشآت الرياضية والشبابية الواقعة في نطاق المحافظات وخاصة الصعيد، واستثمار مرافقها أو تأجيرها وتسويقها محليا وعالميا وخاصة لما تملكه محافظات الصعيد من مواقع متميزة تساعد على جذب الاستثمار والسياحة.

٣- يجب أن تعمل الدولة على تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين للاستثمار في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية مع إعطائهم التسهيلات اللازمة وتهيئة مناخ الاستثمار لجذب رؤوس الأموال الداخلية والخارجية للاستثمار في المنشآت الرياضية.

٤- يجب أن تعمل الدولة على إزالة كل المعوقات التي تواجه المستثمرين في الجوانب القانونية والتشريعية والجوانب الإدارية والفنية وتسهيل الإجراءات والتصاريح اللازمة لتشجيع المستثمرين على الاستثمار في المنشآت الرياضية والشبابية.

٥- يجب عمل إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة تكون مسئولة عن الاستثمار والتسويق والتمويل والتعامل مع المستثمرين وتشرف على المنشآت الرياضية والشبابية الواقعة في نطاق المحافظة وتكون مسئولة عن التحديث والتطوير والصيانة المستمرة والتوسع في إقامة المنشآت الرياضية الحديثة بالمحافظات.

٦- يجب العمل على سرعة إصدار قانون الرياضة الجديد وأن يشمل كافة الإجراءات التي تشجع على الاستثمار والتسويق والاعتماد على التمويل الذاتي للمنشآت.

٧- يجب عقد دورات تدريبية مستمرة لإعداد المتخصصين والعاملين بالمنشآت الرياضية والشبابية والأندية على الطرق الحديثة في الاستثمار والتسويق والتمويل.

٨- يجب وضع سياسة إعلامية وتكنولوجية حديثة من خلال وسائل الإعلام المختلفة وشبكات المعلومات الانترنت، والتي تسهم بدورها في تعريف المستثمرين بالأماكن الشاغرة التي يمكن الاستثمار فيها بالمنشآت الرياضية والشبابية، وتوفير قاعدة معلومات كافية في هذا الشأن.

٩- يجب أن تشمل اللوائح الخاصة بالمنشآت الرياضية والشبابية سياسة تسعيرية على أسس علمية يكون هدفها تغطية سعر التكلفة للمنشآت وتوفير نسبة ربح تساهم في عمل مشروعات خدمية وتجارية تخدم العاملين في المجال الرياضي.

١٠- يجب أن تتحول المنشآت الرياضية من منشآت خدمية مستهلكة إلى منشآت خدمية منتجة تساهم في الاقتصاد القومي، وتلبي احتياجات ورغبات الأفراد طبقا للظروف الاقتصادية والاجتماعية.

١١- يجب العمل على تطوير منظومة الإدارة في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية عن طريق إنشاء شركات استثمار وشركات مساهمة داخل الأندية يطرح النادي أسهمها ويشتري بعضها ويطرح الباقي للبيع لتنمية الموارد والاعتماد على التمويل الذاتي.

١٢- يجب التوسع في إقامة منشآت رياضية حديثة تواكب التطور الحادث في الرياضة وخاصة بالقرب من الأماكن السياحية مثل المدن الرياضية لجذب السياح، وتنشيط السياحة، واستضافة البطولات الكبرى، وخاصة بالصعيد لما يمتلكه من أماكن أثرية وسياحية تشجع على جذب رؤوس الأموال والاستثمار في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية بمحافظات الصعيد .

# قائمة المـــراجــــع

## أولا: المراجع العربية:-


أحمد حمدي السمان: مبادئ علم الإقتصاد، دار الاتحاد للطباعة، ١٩٩٩ .

أحمد رشاد محمد: إستراتيجية مقترحة لتسويق البطولات المبارزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٧م .

أحمد عرفه، سمية شلبي: الإدارة الإستراتيجية للتسويق فى صراع العولمة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ٢٠٠٦م.

أحمد فاروق عبد القادر: العائد الاقتصادي للاحتراف الرياضي فى بعض الأنشطة الرياضية والجماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.

أحمد فتحي الأفندي: الإدارة الإستراتيجية للتسويق بالاتحادات الرياضية المصرية، دراسة استشراقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٩م.

أشرف محمود حسين: معوقات الإستثمار في المجال الرياضي في ج.م.ع، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩م

أشرف محمود حسين: الأزمات الاقتصادية فى الهيئات الرياضية الأهلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.

إيمان زكي محمد، يحيي فكرى محمد: تقويم التمويل الذاتي فى الاتحادات الرياضية الأولمبية، المصرية، مجلة نظريات وتطبيقات كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية، العدد ٥٩، ٢٠٠٦م.

إيمان محمد أحمد: إستراتجية مقترحة لاستثمار أنشطة الاتحاد المصري لكرة اليد بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.

المجلس الأعلى للشباب والرياضة: دراسة وثائقية عن تطور رعاية الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية، الجزء الثاني، ١٩٩٧م.

المجلس القومي للرياضة: لائحة القواعد المنظمة لإدارة وتشغيل المنشآت الرياضية وملحقاتها، ٢٠٠٧م.

المجلس القومي للرياضة: لائحة النظام الأساسي للأندية الرياضية، ٢٠٠٨م.

جمال محمد على: الحديث فى الإدارة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٩م.

حسام حسن شحاته: نظام مقترح لخصخصة بعض الأندية الرياضية في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا ٢٠٠٣م.

حسام حسن شحاته: نظام مقترح للاستثمار في بعض الأندية الرياضية المصرية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨م .

حسام رضوان كامل: اقتصاديات الاتحادات الرياضية الأولمبية المصرية، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.

حسن أحمد الشافعي: الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية (الموسوعة العلمية لاقتصاديات الرياضة)، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٦م .

حسن أحمد الشافعي: الخصخصة الإدارية والقانونية في التربية البدنية والرياضية، مكتبة الإشعاع الفني، الإسكندرية، ٢٠٠٢م .

حسن أحمد الشافعي: دراسات الجدوى والمشروعات الصغيرة في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٦م .

حليمة زيد محمد: تقييم الإستثمارات القطاع الخاص في مجال التعليم واتجاهات تطويره بدولة الإمارات، القاهرة، ٢٠٠٥م .

خالد إبراهيم عبد العاطي: أساليب مقترحه لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.

خالد السيد أحمد: تقويم مصادر تمويل الأندية الرياضية لمحافظة الشرقية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة بنها، ٢٠٠٨م.

خالد طلعت السيد: المشكلات التمويلية التي تواجه إدارات النشاط الرياضي ببعض الأندية الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، فرع بنها، ٢٠٠٥م .

رمضان محمود عبد السلام: الإدارة الإستراتيجية(سياسات وإستراتيجيات الإدارة ) ط٣، المكتبة العصرية بالمنصورة، ٢٠٠٥م .

زكي محمد حسن: المنشآت الرياضية، ط١، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠١١م.

سامي محمد السيسي: أثر التحرير الاقتصادي في مجال الاستثمار في القطاع الزراعي المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م.

سامية أحمد: الإعلام الرياضي والتسويق، كلية الآداب، جامعة البحرين، ١٩٩٩م .

سعد أحمد شلبي: أسس إدارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٥م.

سعود سالم جمعة: البناء الاستراتيجي لخصخصة الرياضية بدولة الأمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.

سمير عبد الحميد: إدارة الهيئات الرياضية، النظريات الحديثة وتطبيقاتها، منشأة المعارف، القاهرة، ١٩٩٩م .

سمير محمد عبد السلام: جدوى الإستثمار الرياضي في مجال السباحة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٨م .

سيد محمد السيد: تمويل الرياضة في القطاع الأهلي، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.

شاكر محمد فتحي: التربية المقارنة – الأصول المنهجية، بيت الحكمة، القاهرة، ١٩٩٦م.

شريهان يحيي محمد: تفعيل آليات جذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي، رسالة ماجستير غير منشور، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا ٢٠١٢م .

ضياء الدين محمد العزب: محاضرات في المنشآت الرياضية الدورة الأولي لإعداد الأخصائيين الرياضيين بالملاعب المفتوحة، المركز الأولمبي بالمعادي، القاهرة، ٢٠١٠م .

طلعت أسعد عبد الحميد: التسويق الفعال (الأساسيات والتطبيق)، ط٩، مكتبة الشقري، المنصورة، ١٩٩٩م .

عايدة سيد خطاب: التخطيط الإستراتيجي، القاهرة، مكتبة عين شمس، ٢٠٠٤م.

عبد الحفيظ عبد الله عيد، عرفات التهامي: التشريعات الإقتصادية، دار النهضة، القاهرة ١٩٩٨م.

عبد الحميد عبد الفتاح المغربي: الإدارة الإستراتيجية لمواجهة التحديات القرن الحادي والعشرين، القاهرة، مجموعة النيل المتخصصة، ١٩٩٩م .

عبد الغفار حنفي، رسمية قراقص: أساسيات الإستثمار والتمويل، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٠م .

عطيه سعد الشبراخيتي: استثمار الأندية المصرية لنشاط رياضة كرة القدم اقتصاديا، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٦م.

علي عباس السندواي: تحليل الوضع الراهن للاستثمار في الأندية الرياضية بدولة البحرين، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة البحرين، ٢٠٠٣م .

عمرو أحمد الجمال: التمويل وعلاقته باتخاذ القرار فى بعض الاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩م.

عمرو محمد إبراهيم، حازم كمال الدين: أساليب تسويق مدراس السباحة فى الأندية المصرية، مجلة كلية التربية الرياضية، العدد ٣، جامعة المنصورة، ٢٠٠٤م.

غازى السيد يوسف، احمد ممدوح ذكي: خصخصة كرة القدم بالدوري الممتاز المصري، المقرر الدراسي لكرة القدم لطلاب الفرقة الدراسية الرابعة، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة الزقازيق، ٢٠٠٥م.

فاروق رضوان: إدارة التسويق، مكتبة جامعة طنطا، ١٩٩٨م .

فريد شوشة: الإدارة الإستراتيجية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩.

كمال درويش، أشرف عبد المعز: المنظمات الرياضية الأهلية (المفهوم، التاريخ، التطور، التنظيم)، مكتبة الأصدقاء، القاهرة، ٢٠٠٠م .

كمال عبد الجابر عبد الحافظ: خطة مقترحه لتسويق القرية الأولمبية بجامعة أسيوط فى ضوء الفجوات التسويقية، مجلة كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.

كمال عبد الرحمن درويش، محمد صبحي حسانين: موسوعة متجهات الرياضة في مطلع القرن الجديد، ج٣، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٤م .

ماهر محمد السيد عطيه: واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، ٢٠٠٥م .

مثني علي عربود الراشد: إستراتيجية مقترحة لتطوير التسويق الرياضي بدولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها ٢٠١٠م.

محسن أحمد الخضري: المناخ الإستثماري المستهدف، الإدارة واستراتيجيات التنمية، القاهرة، ٢٠٠٢م.

محمد رجب جبريل: الخطة الإستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠١م.

محمد عبد العظيم محمود: خطة مقترحة لإدارة المؤسسات الرياضة وفقاً للأهداف التسويقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.

محي الدين الأزهري: التسويق الفعال، مبادئ وتخطيط، دار الفكر العربي، ط١، القاهرة، ١٩٩٥م.

مسعد سيد عويس: الأدوار المستخدمة والمستحدثة للأنشطة الرياضية، دراسة منشورة، الإدارة العامة للبحوث الرياضية، المجلس الأعلى للشباب، ج.م.ع ، ٢٠٠٠م.

معتز مصطفي عبد الجواد: مدخل إداري معاصر لإستثمار المؤسسات الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨م .

معجم اللغة العربية: المعجم الوجيز، المطابع الأميرية، القاهرة، ١٩٩٧م .

منير إبراهيم هندي، السعيد محمد لبدة: الإدارة المالية كلية التجارة، جامعة طنطا، ٢٠٠٤م.

نائل البابلي، إبراهيم محمد: موسوعة الإستثمار، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٤م.

هشام عبد الحفيظ السباعي: دور نظم المعلومات في دعم مناخ الإستثمار، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، ٢٠٠٤م .

وزارة الإستثمار: قانون ضمانات وحوافز الإستثمار ولائحته التنفيذية، القاهرة، ١٩٩٤م.

يحيي بدر مبارك فاتح: إستراتيجية مقترحة لجذب رؤوس الأموال للإستثمار في الأندية الرياضية الكويتية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها، ٢٠١٠م .

## ثانياً: المراجع الأجنبية:


Athanasios Kriemadis,: Stratigic Marketing planning in greek professional sports, ١٦ th Easm conference " Management the Heart of sport" ١٠- ١٣. September, Heidelberg, Germany, ٢٠٠٨.

Beniot seguin, Kenneth Teed and Norman O. Reilly: National sports organizations and, Sponsrship: An identifiction of the best practices int . J . Sport Management and Marketing, Vol ١, Nos / ١٢/ ٢٠٠٥.

Bill Gerrard: A resource –utilization model of organizational efficiency in professional sports teams, JSM, ١٧ (٣) July, ٢٠٠٣.

David, Larimore & George, Chitiyo: Non Economic Societal Impact of Intercollegaiat Athletics, The Sport Journal, Volume ١٠ Number ٢, Spring, published by United States Sport Academy, ٢٠٠٧.

Kenet, P.A, and Athers: Market segmentation in the sport indury, international. Sort Journal (١) refs ١٦, (١٩٩٧).

Mclean, D. J., Jonson, R. C. A.,: Techniques for Aqtioning public recreation services journal for park and recveation, Administration champaign, ١١١, ١٥ (٣) Refsm ٢٧, ١٩٩٧.

**ثالثا: مواقع شبكة المعلومات الدولية ( الإنترنت ):**

http://Institute for sport marketing.com

www.alshabab.gov.eg

www.emss.gov.eg/news-nsc.php